

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Artes

Carrera de Diseño Gráfico

Diseño de afiches para la concientización sobre el maltrato infantil en la ciudad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Autor:

Nathalia Rafaela Pinero Vivar

Director:

Galo Bernardo Carrión Andrade

ORCID: 0000-0001-7077-1829

Cuenca, Ecuador

2023-03-05

Resumen

Este proyecto de titulación está desarrollado con la finalidad de crear una campaña de concientización sobre el maltrato infantil y sus consecuencias dentro de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Este documento declara la información obtenida por medio de una investigación exhaustiva acerca del tema a tratar, el desarrollo del proyecto se realiza gracias a la guía de la metodología planteada por David Kelley, Design Thinking.

Palabras Clave: concientización social, maltrato infantil, diseño emocional

Abstract

This graduation project is developed with the purpose of creating an awareness campaign about child abuse and its consequences within the city of Cuenca, Ecuador. This document declares the information obtained through an exhaustive investigation on the subject to be addressed, the project's development is carried out thanks to the guidance of the methodology proposed by David Kelley, Design Thinking.

Keywords: social awareness, child abuse, emotional design

índice.

resumen.....	2
palabras clave.....	2
abstract.....	3
keywords.....	3
línea de investigación.....	5
agradecimientos.....	6
apartado uno.....	8
justificación e importancia.....	9
delimitación y alcance.....	10
fundamentos conceptuales.....	11
apartado dos.....	12
introducción a la metodología.....	13
apartado tres.....	18
ideación, evaluación e implemetación.....	19
otros elementos de la campaña.....	38
aprendizaje.....	48
referencias.....	51
anexos.....	52

Esta metodología se divide en cuatro etapas fundamentales para un resultado beneficioso y de alto impacto; dicho proceso empieza buscando empatizar con la problemática, así que aquí, por medio de una investigación de campo, entrevistas y por medios en los cuales se pueda tratar de un modo más cercano con las personas que han experimentado o han sido espectadores de este asunto, que causa severos daños a la niñez y juventud ecuatoriana, se logra entender más a fondo y, de esta manera, poder de alguna forma ponernos en los zapatos de las víctimas y defender sus derechos. Como segundo punto se desarrolla el definir todos los problemas encontrados durante el anterior proceso y así tener más claro los asuntos a tratar durante los siguientes pasos a cumplir, estas ideas definidas fueron las bases para poder continuar hasta la culminación

del mismo. Luego en el tercer apartado se realiza la ideación, en donde por medio de una lluvia de ideas se logra llegar a posibles maneras de transmitir la cantidad de mensajes definidos anteriormente, y hacerlo de un modo amigable para el público objetivo, de fácil interpretación y potente mensaje. Como siguiente paso se encuentra el prototipar, en donde ya se empiezan a desarrollar todas las ideas gráficamente y llegar a los artes finales para la comunicación del proyecto, permitiendo evaluar la información que se ha obtenido durante todo el proceso y llegando a la conclusión que se muestra como el resultado. Finalmente, en el último punto de esta metodología se realiza el testeado del proyecto, en donde se lo muestra a diferentes personas que cumplan con los aspectos planteados del público objetivo, pidiendo su opinión y punto de vista al respecto.

Línea de investigación.

creación y producción en las artes y el diseño.

Según el Plan Nacional del Buen Vivir, la actividad cultural y artística debe ser entendida como el libre despliegue de la expresividad y del ejercicio de la reflexión crítica. En una sociedad radicalmente democrática, la cultura debe ser concebida y experimentada como una actividad simbólica que permite dar libre cauce a la expresividad y capacidad de reflexión crítica de las personas. Los campos del arte y el diseño centran su acción en la creatividad; esto es, en la creación de nuevas propuestas, de acuerdo a las tendencias actuales. En el caso de la Facultad de Artes, la investigación deberá orientarse hacia la concreción de esta creatividad en productos artísticos y de diseño de calidad, que, además, incorporen un diálogo fructífero entre los lenguajes que se utilizan. Estos lenguajes combinados se refieren a la articulación de los diversos tipos de arte, especialmente a aquellos que son competencia de nuestra facultad, y a la interrelación entre arte y diseño.

diseño.

Generar soluciones visuales y espaciales que transforman el entorno a partir del uso de tecnología en materiales o procesos creativos sustentables que respondan a los requerimientos regionales en el contexto de los debates culturales en América Latina.

agradecimientos.

Principalmente quiero agradecer a Dios, por permitirme culminar esta nueva etapa de mi vida y acompañarme en todo el proceso, siendo mi apoyo y guía.

Agradezco a todos esos profesores que me impulsaron y me mostraron lo hermoso del Diseño Gráfico, que gracias a su vocación lograron que me enamore más y más de esta profesión.

Agradezco también a mis padres, abuelos, hermana y a Mateo por ser mi apoyo incondicional. Por confiar en mí y alimentar mis ganas de seguir adelante. Por sus palabras de consuelo en momentos complicados y por sus ánimos constantes.

Y finalmente, quiero agradecerme a mí, por creer en mí, por el esfuerzo y la dedicación, por las lágrimas y obstáculos superados, por disfrutar del camino a pesar de que a veces se haya puesto complicado. Me agradezco por haberlo logrado.

PROYECTO DE TITULACIÓN

rompamos la cadena.

campana de concientización acerca del maltrato infantil



apartado uno.



a. justificación e importancia.

El maltrato infantil—que puede ser físico, psicológico o institucional—afecta en el Ecuador a casi el 40% de niños, niñas y adolescentes según la UNICEF (2016), siendo los más afectados los niños y niñas entre 5 y 12 años. Los derechos infantiles son vulnerados a diario incluso por sus propios familiares, que atentan a su integridad física, psicológica y emocional. También se encontró que:

El maltrato infantil se refiere a cualquier comportamiento de los padres, cuidadores u otros adultos que conlleva un riesgo importante de causar daño físico o emocional a un niño. Tales comportamientos pueden ser intencionales o no intencionales y pueden incluir actos de omisión (es decir, negligencia) y comisión (es decir, abuso). (López, 2020)

Adicionalmente, López (2020) establece que el maltrato y el abandono infantil deja secuelas profundas, en los futuros adultos, tales como depresión, ansiedad, pro-

blemas de relaciones, comportamientos no saludables, problemas de salud física, desórdenes alimenticios y obesidad, revictimización, comportamientos suicidas y abuso de alcohol y sustancias.

Con base en estos datos sobre el maltrato en los infantes y los devastadores resultados a futuro, se busca crear una campaña de concientización, en la cual, por medio del diseño emocional se logre generar una conexión con el público y conseguir un cambio en la crianza y cuidado responsable de niñas y niños ecuatorianos, para un futuro de adultos con estabilidad emocional, salud mental y física. El diseño emocional tiene la capacidad de provocar tristeza, felicidad, ira, angustia, inquietud, entre otras emociones al público al que se dirige. Todo esto gracias a recuerdos que revive en los mismos debido al simbolismo que representa o el estado de ánimo que transmite. Otros consideran que el diseño emocional es más humano y personalizado, de forma que genera empatía. Es una manera de diseñar,

que refleja el papel crucial que las emociones tienen en la capacidad humana de entender el mundo y, además, promete mejorar la calidad de vida de su público. Un diseño dirigido a las emociones mejora la relación entre la audiencia y el producto y crea profundos vínculos emocionales de la primera con el segundo. (Caldas, 2019)

Es claro que el mundo necesita más diseño gráfico combinado con emociones para que los mensajes enviados puedan sobrevivir durante más tiempo en la memoria del usuario y concretar una relación mucho más fuerte con la sociedad, logrando así concientizar de problemáticas diarias e importantes.

objetivo.

Desarrollar una serie de 10 afiches para la concientización sobre el maltrato infantil en la ciudad de Cuenca apoyándonos en el Diseño Emocional y el uso de fotografías.

b. delimitación y alcance.

Esta propuesta está pensada para generar específicamente concientización social por medio del diseño emocional, y no se trata de diseño publicitario con fines de lucro. Está enfocado principalmente en generar conciencia y empatía en el público cuencano. Este proyecto se centrará en el desarrollo de afiches de concientización social, por medio de fotografías, sobre el abuso infantil presente en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Inicialmente, la campaña se centró en desarrollar únicamente carteles impresos y digital, pero durante el proceso se llegó a la conclusión de que sería de gran aporte implementar una tabla de medios en la cual se presentarán

más objetos gráficos con la finalidad de tener una mayor cobertura del segmento de mercado por medio de la utilización de varios medios.

Lo que se espera de este proyecto es que el alumno desarrolle principalmente el conjunto de los 10 afiches propuestos desde un principio, y, como elementos secundarios los diferentes artes para cumplir con la tabla de medios propuesta. Dentro de este punto se tomará en cuenta el uso correcto de los objetos para una campaña a través de fotografías, producción, postproducción y diseño emocional dirigidos al público cuencano. En el producto final, el alumno entregará una serie de

10 afiches realizados por medio de fotografías empleando el diseño emocional, dirigidas al público objetivo que van acompañadas con datos reales sobre la problemática y llamados a la acción. También se presentarán los elementos propuestos dentro de la tabla anteriormente mencionada, basándose en los puntos tratados, color, jerarquías y estilo gráfico.

Debido al tiempo previsto para la resolución del proyecto, la propuesta no considera su impresión e implementación, en ninguno de sus formatos, por cuestiones de tiempo y recursos.

c. fundamentos conceptuales

De acuerdo a un artículo publicado en la revista “Psicología Científica” afirma que:

La violencia es un fenómeno que afecta la vida de las personas y su desarrollo psicológico. Varios países experimentan un grave fenómeno de violencia con múltiples manifestaciones y víctimas, entre ellas los niños, los cuales por su inmadurez neurológica presentan variados efectos en el desarrollo cerebral y psicológico expresados en la vida adulta, por lo que este artículo revisa las evidencias sobre el efecto crónico de la violencia en el desarrollo cerebral y conductual de los niños. Se realizó una investigación bibliográfica mediante la revisión de artículos con palabra como violencia y alteraciones neurológicas en niños, los artículos se revisaron y extrajeron las ideas centrales para responder el interrogante planteado. Se encontró evidencia con alta correlación entre el momento y la intensidad de fenómenos violentos en los niños como abuso sexual y psicológico con efectos demostrados en la corteza cerebral prefrontal y respuestas conductuales anómalas en la vida adulta. (Cabrera y Astaiza, 2021)

Sara Caldas (2019) en *Diseña, crea, siente* habla sobre las emociones paradójicas y como el diseño emocional no siempre “implica emociones positivas”. Nos dice que lo que produce elementos de diseño únicos es la combinación de componentes negativos y positivos, ya que esto es lo que captura la atención del espectador y lo conmueve. Lo que también nos comparte en su libro es que el uso de imágenes fuertes e impactantes pueden llegar a crear “una comunicación realista y polémica” con el espectador y que la ironía es una arma muy útil en el mundo actual. También nos explica que las emociones negativas tienden a tener mucha más influencia en torno a los cambios de comportamiento del público.

Con esta información acerca del diseño emocional se puede combinar con los datos acerca del tema a tratar y concientizar, durante el desarrollo del proyecto en cuestión.

apartado dos.



breve introducción a la metodología.

La metodología que se utilizará en este proyecto es la de Design Thinking de David Kelley.

Design Thinking, en español, pensamiento de diseño, es una metodología o proceso que permite o facilita la solución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios de todo tipo y sectores económicos, utilizando para ello equipos altamente motivados, y la innovación y creatividad como motores o mantras. Y siempre teniendo al ser humano como el centro de atención. Es por ello que muchas veces también se conoce como: human-centered design (diseño centrado en lo humano). (ITMADRID, 2020).

Este cuenta con 4 etapas, la primera empatizar que tiene como base recolectar información para entender el problema y a sus propietarios por medio de investigación de campo, entrevistas, interacción y observación. El segundo paso es definir, en donde se especifica un problema por medio de un análisis profundo de los datos obtenidos anteriormente. En la tercera etapa se encuentra la ideación en donde podremos generar un moodboard y una lluvia de ideas con las cuales sea posible llegar a una solución. En cuarto puesto está el prototipar, que es en donde se evaluarán todos los datos obtenidos en el paso previo y se sacará un mínimo producto viable, aquí es donde se harán tangibles las propuestas de la anterior etapa con el fin de llegar a la parte final y último paso; testear, que es en donde se publicará el producto para el público y se observará cómo este funciona ante la percepción del resto. Como parte de este proyecto, también se ha desarrollado una bitácora de estrategia metodológica (ver Figura 1) en la cual se han establecido todas las etapas y formas de ejecución de las mismas, en conjunto con sus resultados esperados.

BITÁCORA DE ESTRATEGIA METODOLÓGICA				
Tema proyecto de titulación	Campaña de concientización a través del diseño emocional sobre el maltrato infantil en la ciudad de Cuenca.			
Pregunta de Investigación	¿De qué forma el Diseño Emocional en una campaña de concientización puede aportar a la sociedad Cuencana?			
Hipótesis	Se generará conciencia en la sociedad cuencana sobre el trato que los niños merecen para un buen desarrollo.			
Objetivo General	Realizar una campaña de concientización en la ciudad de Cuenca, sobre el maltrato infantil presente apoyandonos en el Diseño Emocional basado en fotografías de niñas y niños ecuatorianos que han sufrido esta problemática.			
Metodología	Etapas	¿Cómo recolecta inf.? ¿Cómo lo ejecuta?	Resultado esperado	R. Bibliográfica
Design Thinking DAVID KELLEY	FASE 1 Empatizar	Entrevistas, Documentos de Archivo, Focus Groups, Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer más a fondo la problemática. - Entender casos de la vida real. - Acopio de información relevante. - Conseguir datos importantes de casos pasados. - Entender el punto de vista del afectado o afectada. 	
Design Thinking	FASE 2 Definir	Análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Alcanzar nuevas perspectivas interesantes. - Generar ideas clave. 	
Design Thinking	FASE 3 Ideación	Mood Board, Lluvia de ideas	<ul style="list-style-type: none"> - Estar abierto a todas las ideas que aporten valor a la campaña. 	
Design Thinking	FASE 4 Prototipar	Evaluar	<ul style="list-style-type: none"> - Visualizar la campaña y exponer puntos sobre lo que se debe mejorar. 	
Design Thinking	FASE 5 Testear	Testeo con los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> - Una campaña bien realizada que influye emocionalmente al público. 	

Figura 1. Bitácora metodológica. En esta imagen se encuentran los pasos a seguir para cumplir con la metodología planteada.

■ empatizar.

Para entender la problemática se utilizaron varias herramientas: una entrevista, investigación de campo e indagación de artículos relacionados, con el fin de conocer sobre el tema a profundidad y lograr empatizar con el sufrimiento y las consecuencias que los niños, niñas y adolescentes luchan diariamente. El análisis de esta etapa fue fundamental para el desarrollo del proyecto en general, fue aquí en donde se logró entender más a fondo las realidades que viven los niños ecuatorianos, con datos reales y actualizados. Y así se logró obtener información para trabajar de una manera más enfocada en el diseño emocional. A continuación se podrá observar el desarrollo de cada fase de este punto.

■ **investigación de campo.**

Para el avance del proyecto de titulación Rompamos la Cadena, fue necesario llevar a cabo una investigación de campo para obtener datos de personas que hayan tenido experiencia previa de maltrato infantil, ya que en este proyecto se busca lograr crear una campaña de concientización acerca de la violencia física y psicológica hacia la niñez dentro de la sociedad. Esta problemática afecta a casi al 40% de los niños, niñas y adolescentes, en situaciones en las cuales se vulneran diariamente sus derechos y se atenta contra su integridad física, psicológica y emocional, lo que puede causar devastadores daños en su futuro como adultos.

Durante un periodo de tiempo se realizó la investigación de campo en ciertos planteles educativos, orfanatos y refugios infantiles. En donde, lastimosamente, en la mayoría de casos no se brindó la cantidad de información deseada ya que buscan ser bastante reservados con la información que comparten. Pero sí se obtuvo, en cierta parte, datos que fueron de utilidad. Básicamente se trataban de conversaciones con docentes de los planteles educativos, quienes nos comentaban superficialmente datos que luego, en la entrevista, se harían más notorios.

A lo largo de este proceso se realizaron también varias investigaciones acerca de los daños y consecuencias que causa la violencia infantil en los niños ecuatorianos, el maltrato físico infantil, en su mayor parte, se da por parte de los padres, sin embargo también sufren violencia proveniente de docentes como se puede apreciar en la Figura 2. A nivel mundial, cerca de 300 millones de niños, de 2 a 4 años de edad, constantemente se ven sometidos a castigos violentos a manos de los encargados de su cuidado, según la OMS. En una encuesta realizada en la región, 27% comentó que sufre violencia en el hogar, incluidos castigos corporales y maltratos psicológicos, y 66% habló sobre formas de violencia diaria, cuando se indaga sobre sus situaciones durante la pandemia. (Velóz, 2021)

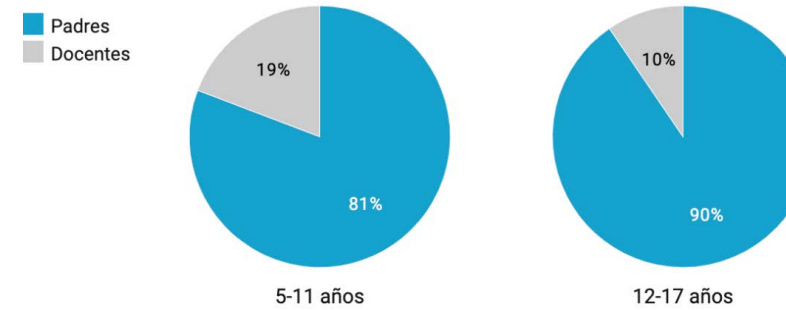


Figura 2. **Porcentaje de niños y niñas menores a 5 años que han sufrido maltrato físico y psicológico.** El gráfico representa los datos obtenidos dentro de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2028, diciembre 2019, 2020. Fuente: Informe sobre la Situación de la Niñez 2019 de Unicef.

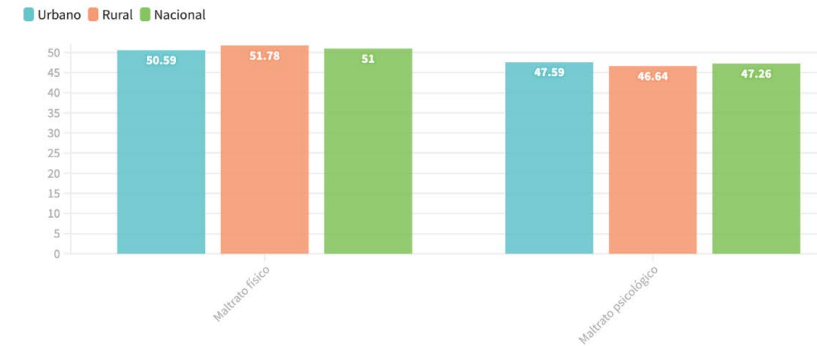


Figura 3. **Porcentaje de niños y niñas menores a 5 años que han sufrido maltrato físico y psicológico.** El gráfico representa los datos obtenidos dentro de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2028, diciembre 2019, 2020. Fuente: Informe sobre la Situación de la Niñez 2019 de Unicef.

estudio de campo.

Como parte del estudio de campo se realizó una entrevista a la psicóloga del Departamento de Psicología de un plantel institucional ubicado en la ciudad de Cuenca (Figura 4), por motivo de que los temas tratados fueron de alta sensibilidad, se ha decidido no utilizar el nombre de la entrevistada. Aquí, por medio de preguntas y respuestas la psicóloga del plantel dió a conocer con claridad casos ocurridos con niños y jóvenes dentro del lugar que han contado su historia, y han acudido a ella por ayuda. La entrevista fue realizada con preguntas concisas y claras, en donde ella tenía total apertura para responderlas.

Por medio de este proceso la psicóloga expresó que los tipos de maltratos más frecuentes hacia los niños, niñas y adolescentes dentro de la ciudad de Cuenca son el abandono por parte de sus padres, abusos sexuales, violaciones, golpes y palabras hirientes. Es común, que el maltrato se de dentro del entorno intrafamiliar, institucional y social. Por consecuencia, las actitudes

que toman los niños y jóvenes agredidos, con el tiempo, son posiciones agresivas y negativas, empiezan a cohibirse y a mostrarse al mundo tímidos e inseguros de sí mismos.

La psicóloga de la institución comentó que el maltrato lleva, a que en muchas ocasiones, las víctimas se refugien en el consumo de alcohol, drogas, o se auto lastiman principalmente en brazos y piernas. Lamentablemente, también existe un gran porcentaje de suicidios en jóvenes de 13-17 años de edad causados por traumas experimentados durante su niñez. Afirmo además, que en la mayor parte de los casos el efecto a largo plazo en los niños maltratados puede generar en la víctima conductas violentas graves y sobre todo, severos daños psicológicos. Sostiene que por estas razones, es de suma importancia trabajar con ellos el perdón, ya que crecen con resentimientos, en un círculo de rencor y de odio. Y sensibilizar la importancia del amor, afecto y cariño desde que son pequeños

observación.

De esta manera, se puede observar que los resultados obtenidos fueron de gran ayuda para el avance del trabajo de integración curricular a realizar, con datos que por medio de la entrevista y de las investigaciones realizadas en distintos medios, fueron de fácil y rápida obtención. Y también de gran apoyo para que el autor del proyecto logre entender más a fondo la problemática y pueda llegar a empatizar de una forma más profunda con el tema a tratar.



Figura 4. **Plantel educativo.** Plantel Educativo ubicado en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Lugar donde se realizó la entrevista e investigación de campo.

■ definir.

Para definir lo que se desea concientizar, primero fue necesario abordar las ideas principales que se lograron obtener de la etapa anterior, luego como segundo paso se podrá ver el análisis de homólogos que también es parte de este proceso para tener una guía de proyectos con temas y enfoques similares, que se hayan realizado anteriormente y hayan logrado tener éxito, basándose ya en la información previamente obtenida.

plantear ideas.

Durante este tiempo lo que se hizo fue revisar nuevamente todos los datos extraídos durante la etapa de empatizar para que de esta manera se logre tener claras las ideas principales, los datos, consecuencias y todo tipo de información que aporte valor a la campaña y sea relevante para generar concientización.

análisis de datos (homólogos, estadísticas, etc.)

La búsqueda de homólogos fue un paso fundamental para el desarrollo eficaz del proyecto. Durante este periodo se realizó una búsqueda exhaustiva para conocer campañas realizadas, no solamente dentro del país, sino en diferentes partes del mundo, como las que se pueden apreciar en la Tabla 1, y así entender cómo estas funcionaron, cómo el público reaccionó a las mismas y qué impacto tuvieron en su momento. El hecho de conocer cómo se manejó este tema tan delicado nos permitió entender muchos puntos importantes que se podrían usar como inspiración.

Una de las campañas analizadas fue 1 en 5, una campaña realizada en Italia en el año 2010 que trataba sobre la concientización y prevención sobre el abuso sexual infantil.

Uno de los objetivos de la Campaña es conseguir que todos los sectores, ámbitos y agentes directa e indirectamente relacionados con la atención a niños, niñas y adolescentes se involucren en la prevención del abuso sexual contra personas menores de edad, creando una red de prevención. (FAPMI, 2010)

Las Palabras Duelen fue otra campaña que se analizó para aumentar la conciencia sobre lo que es la violencia verbal hacia los niños y niñas, cuáles son sus formas y sus posibles consecuencias a futuro.

Tabla 1

Análisis de homólogos

Campañas de Concientización	Lo que se analizó
1 en 5	La cromática de las fotografías es bastante opaca, se maneja en tonos grises y muy poco uso del color. Dar conocimiento a los niños, niñas, adolescentes y adultos sobre la problemática. Maneja, en su mayor parte, imágenes conmovedoras con un llamado a la acción.
Las Palabras Duelen	Uso de tipografías simples, claras y legibles. Dan un mensaje de concientización.
Spot it, Stop it	La campaña se maneja por medio de fotografías fuertes, sin mostrar el rostro de los implicados. Cuenta con colores llamativos equitativamente con colores sobrios

Nota. Un análisis realizado a campañas anteriores.

apartado tres.



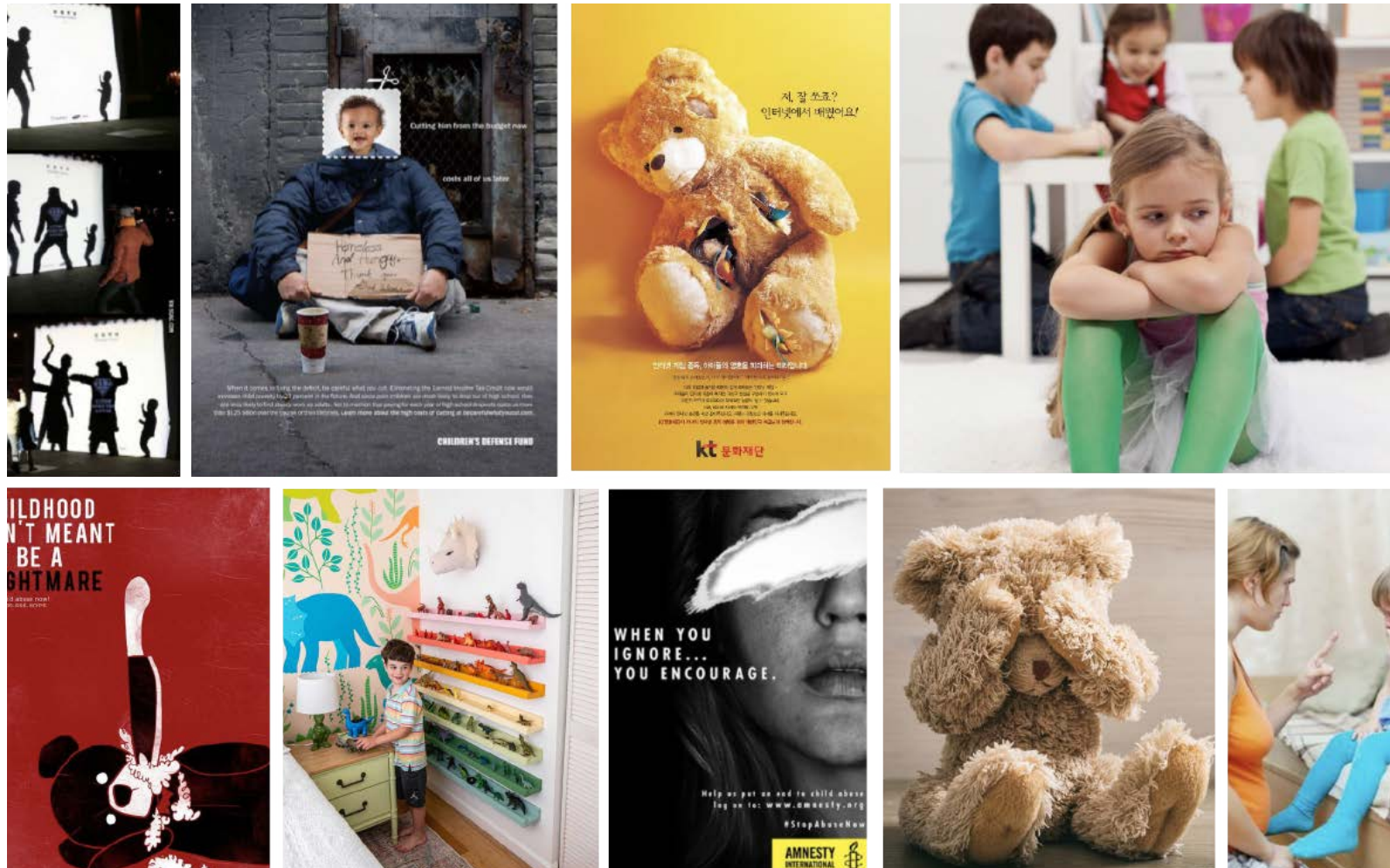


Figura 5. Mood board. Resumen de mood board desarrollado para el proyecto.

ideación, evaluación e implementación.

Para saber qué y cómo se desea comunicar y graficar es necesario empezar con un mood board, que permite explorar con libertad campañas publicitarias y de concientización que sean creativas, tanto digitales como físicas, para poder desarrollar el proyecto con éxito. Durante este proceso se llegará a la conclusión de cómo se llevará a cabo la campaña tanto en su forma visual, textual y comunicativa.

■ mood board.

Para el desarrollo del moodboard se acudió a campañas de concientización anteriores de distintos temas para usarlas de inspiración, también se buscó en varios medios físicos y digitales basándose en el mensaje que se deseaba comunicar. Aquí se plantearon paletas cromáticas, estilos fotográficos, variaciones de tipografías y sus jerarquías, maneras de diagramación, contrastes, etc. Todo estos elementos, necesarios para el desarrollo de las siguientes etapas del proyecto. Este proceso culminó después de varios días de búsqueda para tener diversos puntos como base y opciones visuales, para poder avanzar.

■ buyer persona.

El desarrollo del buyer persona es fundamental para lograr identificar el público objetivo al que se desea dirigir la campaña. Se tenía claro que se quería que la campaña llegue a un amplio grupo de personas, ya que es una problemática común y necesaria de concientizar a la mayor cantidad de gente sin importar su edad, clase social o género.

Se plantearon cuatro buyer personas principales para el manejo y desarrollo del proyecto. Estos personajes se encuentran dentro de un público objetivo que ronda entre las edades de 12 a 60 años, todos residentes de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Como se observa en la página siguiente.

El motivo por el que finalmente se decidió dirigir este proyecto a un público tan amplio fue debido a que después de culminar con los anteriores procesos, se llegó a la conclusión de que es necesario que tanto los niños, adolescentes y adultos tengan claras las consecuencias que la violencia infantil tiene en el presente y más aún con el paso del tiempo, y de esta forma tomar acción denunciando, entendiendo y no siendo parte de la problemática.

Para la siguiente etapa se realizaron una lluvia de ideas, bocetaje y finalmente la selección de la mejor opción.

Isabella López, 12 años, Cuenca-Ecuador. Es una niña que cursa el 7mo grado de primaria en una escuela fiscomisional de la ciudad. Vive con su madre, tío y abuela, su padre migró a otro país para enviar dinero.

Pedro Cárdenas, 43 años, Cuenca-Ecuador. Es abogado de libre ejercicio, padre de 2 niños y 1 niña que estudian en un colegio privado de la ciudad. Su esposa ejerce la psicología y es activista de grupos sociales.

Carolina Crespo, 52 años, Cuenca-Ecuador. Es licenciada en comunicación, abuela de 2 niñas y 3 niños, hace reuniones sociales muy seguido, le encanta compartir tiempo con su familia.

Julián Cárdenas, 35 años, Cuenca-Ecuador. Es empleado de una fábrica de embutidos de la ciudad, va a ser padre primerizo en 4 meses. Creció en un entorno de abuso y abandono, y trabaja diariamente en su carácter.

■ **Lluvia de ideas.**

Aquí se realizó una tabla dividida en tres partes para una mejor organización visual. Durante este periodo se tenía claro que no habían ideas buenas o malas, se permitió que fluya toda la información que se tenía en mente para proponer y seguir indagando en las ideas que se creyeron que tal vez funcionaban de una mejor manera. Como se puede observar en la Tabla 2, es un resumen de lo que se había planteado, ya que poco a poco se fueron descartando ciertas propuestas y debido a que no todas transmitían el mensaje de la forma en la que se deseaba, se eliminaron, en su mayor parte porque generaban confusión y malentendidos.

Tabla 2

Lluvia de ideas

Mensajes	Contenido	
	Textual	Visual
La violencia infantil trae consecuencias a largo plazo.	Tus acciones hoy definen el futuro de mañana.	Una fotografía de un adulto, y colocado sobre su rostro una foto de ese adulto en su niñez.
La violencia infantil lleva a problemas de salud mental	Cuando lo ignoras... lo apoyas.	Muñecos de papel (que se los puede vestir) que están sufriendo. Y una mano está sosteniendo un rostro feliz para tapar todo lo malo.
La violencia infantil lleva a los jóvenes a tener comportamientos suicidas.	Hay cicatrices que nunca sanan. Hay palabras que nunca se olvidan.	Una pantalla blanca, y en sombras detrás se observa una persona colgada (Suicidio).
La violencia infantil lleva a los niños y jóvenes al abuso del alcohol y drogas.	Violencia = Drogas Violencia = Alcohol	Una imagen de algún juguete representando la consecuencia pero de una forma inocente.

Nota. Tabla realizada con el fin de seleccionar la propuesta final por medio de la lluvia de ideas.



Figura 6. **Proceso de bocetaje.** La imagen recopila propuestas a nivel de bocetos, tanto análogos como digitales, que exploran cómo se concretan las ideas generadas pero también posibles retículas, organizaciones y jerarquías de los diferentes elementos que conforman el objeto publicitario.

■ bocetaje.

Con base en las principales ideas seleccionadas se empezaron a realizar bocetos. Durante este transcurso la mayor parte de las ideas se trazaron a lápiz sobre papel y otras fueron digitales.

Dentro de las ideas elegidas estaba el uso del collage con la finalidad de bocetar objetos similares a carteles, se lo probó pero fue descartado debido al ruido visual que estos causaban, sin permitir que el público se pueda concentrar y prestar atención al mensaje principal. Algunos estudios aseguran que una persona ve aproximadamente 5.000 mensajes de marketing por día (Martínez, 2020). Por esta razón se propuso algo simple y limpio, ya que normalmente el ser humano está acostumbrado a recibir demasiada información, sobrecargando su cerebro y cada vez haciendo que su atención dure menos.

Es por esto que presentar un objeto de diseño que transmita calma visual lo vuelve diferente al resto, ya que usualmente a lo que más está expuesto el público es al diseño publicitario, recargado de colores, textos e información.

Cabe destacar que se buscó serenidad y paz visual, sin dejar de lado los elementos infantiles y llamativos planteados para la campaña, pero llevados a cabo de una manera sutil y agradable a la vista por medio de las fotografías. Se trató de manejar el minimalismo pero que él mismo genere alto impacto visual y diferenciación, “menos es más”.

■ ¿por qué se eligió esa idea final?

A pesar de tener varias opciones dentro de la etapa de bocetaje, el estilo gráfico a manejar finalmente elegido fue algo bastante simple, esto es debido a que se buscaba que la campaña llame la atención por lo sobria que se muestra. Se exploraron varias opciones, como se mencionó anteriormente; el collage, que no funcionó debido a que era algo con demasiado ruido visual, y que básicamente no transmitía la esencia que se buscaba de la campaña. Es debido a esto que se optó utilizar una imagen sencilla y realizada en estudio con fondo neutro. Se creyó pertinente que la imagen, como es el objeto principal, se note claramente y que esté compuesta por objetos reales; por esta razón también se descartaron bocetos que proponían el uso de sombras, desenfoques o ilustraciones.

Con respecto al cómo comunicar el mensaje deseado, se llegó a la conclusión de que lo mejor que funcionaría para llevar a cabo dentro de la campaña sería que el tono comunicacional sea informativo y explicativo, lo cual se aprendió que es fundamental para temas de concientización. Al mismo tiempo también era importante definir la forma principal de comunicación, lo más llamativo y representativo de la campaña debía ser algo simple y fácil de recordar para el público, por eso se pro-

curó que sean palabras clave para la campaña y que estas sean de rápida contextualización.

Por lo anotado, se llegó a la deducción de que la opción más favorable sería utilizar la palabra “violencia”, el signo de igual (=) y finalmente la consecuencia, que sería una palabra o concepto que cambia según el tema. Este formato comunicacional, crea un sistema bastante flexible, ya que el tema es tan amplio así como sus consecuencias. De esta forma, cambiando únicamente la última palabra se mantendrá la uniformidad dentro de toda la campaña. También se seguirá manejando la simplicidad en los textos, tanto en los principales como en los secundarios, y en la información extra que en algún momento sea necesaria.

Para terminar esta etapa, es importante mencionar que estudios afirman que el maltrato de niños menores a 5 años es el más dañino para su desarrollo en un futuro y tiene mayores consecuencias a largo plazo. Esta fue la razón por lo cual se llegó a tomar como elemento principal de los afiches a los juguetes en las fotografías, mostrando algo crudo y fuerte pero desde la perspectiva de la inocencia de un niño como se puede apreciar en la Figura 7. Contrastando lo infantil con la cruda realidad.



Figura 7. **Concepto de la campaña.** La campaña se basa principalmente en mostrar objetos infantiles inocentes que esconden/muestran las consecuencias en el mediano y largo plazo de la violencia infantil. Las imágenes muestran bocetos realizados como guía para los siguientes pasos.

Como último punto dentro de esta etapa, se definieron lo más claras posibles las ideas y las palabras de las consecuencias principales para el desarrollo de los 10 afiches:

Violencia Infantil = Depresión

Violencia Infantil = Suicidio

Violencia Infantil = Ansiedad y Estrés

Violencia Infantil = Miedo

Violencia Infantil = Depresión

Violencia Infantil = Desconfianza

Violencia Infantil = Abuso Sexual

Violencia Infantil = Trauma

Violencia Infantil = Cambios de Humor

Violencia Infantil = Drogadicción

■ **estilo gráfico.**

Para la campaña se decidió mantener un estilo inocente o naif. Con respecto a la cromática se decidió llevar una paleta bastante llamativa e infantil, que normalmente se aprecia en los juguetes de niñas y niños pequeños.

Para los textos se decidió separar estos en dos partes; los principales, que serían los más importantes y llamativos, y los textos secundarios, que comunican información más detallada y extensa. Para el primer componente se utilizó Impact Bold, una tipografía recta, legible y pesada y en los textos secundarios se usará "Roboto" en su versión Regular ya que esta es una tipografía simple, minimalista y clara. Con el fin de que el lector no pierda interés, tenga una fácil apreciación de los textos

y que estos permitan una lectura fluida.

El diseño de los diferentes objetos publicitarios consta, además, de elementos que se los puede observar al final de la Figura 8, como el logo de la Unicef que aparece como institución que impulsa la campaña y adicionalmente una página web en donde el público podrá encontrar más información acerca del tema. Como el objetivo de esta campaña es que sea simple y concisa, se complementará con información básica y resumida para poner en contexto a los lectores, es por esto que se toma la medida de ubicar un llamado a la acción para que puedan encontrar más información en la página web.

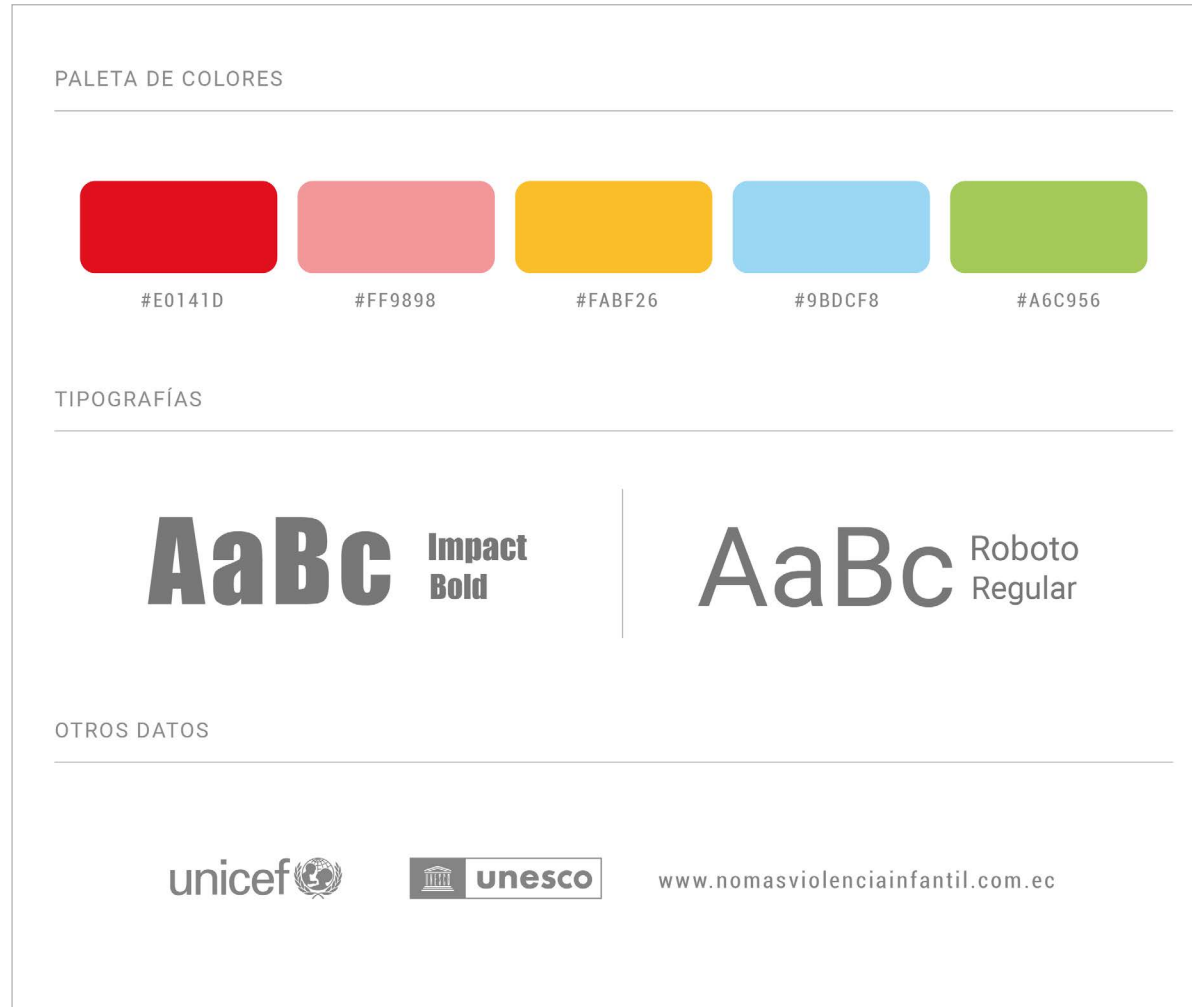


Figura 8. **Estilo gráfico.** En la imagen se muestra la cromática, tipografía y otros objetos con los que se va manejar la campaña.

Con respecto a la diagramación, se exploraron varias opciones y luego de varias pruebas se evaluaron dos propuestas de diagramación, como se explica en la Figura 9, la primera con un eje central, y la segunda presenta el conjunto de textos alineados hacia la parte izquierda del afiche. La opción elegida fue la segunda, ya que se observó que el cartel se equilibraba mejor con los elementos justificados de esta forma, y también esto permitía dejar un espacio más amplio para las fotografías. Los otros datos van ubicados en la parte inferior, respetando un espacio debajo del texto secundario.



Figura 9. **Diagramación.** Las imágenes recopilan las propuestas a nivel de bocetos de dos alternativas de diagramación para el diseño de los afiches.



También se realizaron bocetos digitales de la idea final, recopilando los datos adquiridos previamente, como nos muestra la Figura 10, para que de ese modo sea más fácil llevar a cabo el resto del proceso.

Figura 10. **Bocetos finales.** En las imágenes se puede observar que son bocetos más trabajados y editados digitalmente para guiar de una manera más clara el proyecto.

prototipar.

■ sesión fotográfica.

Se realizaron varios días de sesiones fotográficas para llegar a los resultados anhelados, debido a que como se puede ver en la Figura 11, no se conseguía lo que se deseaba dentro de una sola sesión. Aquí se llevó a cabo la dirección creativa, producción y postproducción. Para lograr transmitir la idea y contraste, se implementaron elementos infantiles como juguetes, peluches, etc. que llevan impregnada la cromática definida de la campaña, en conjunto de elementos de la vida cotidiana que sean de ayuda para permitir comunicar el mensaje.

En esta etapa fueron fundamentales los bocetos a mano ya que, gracias a ellos, fue posible tener una guía clara de cómo llevar a cabo la sesión y así no perder el tiempo definido para este punto. También se realizaron varios ajustes fotográficos durante la postproducción en Photoshop, corrigiendo y editando lo necesario para lograr obtener exactamente los resultados que se deseaban.



Figura 11. **Comparación de desarrollo de sesiones fotográficas.** La imagen comparativa muestra la diferencia de calidad y mejor resolución de ideas que se logró teniendo más de un día de producción fotográfica. Mejorando así el proyecto.

▮ diseño de 10 afiches de la campaña.

El diseño de los afiches es el punto principal del proyecto de tesis. Para el desarrollo de los mismos se utilizaron como foco principal las imágenes, en donde se vió reflejada, de una manera bastante clara, la cromática ya que se deseaba que el resto del afiche sea en colores neutros.

Lo que se buscaba era un diseño simple, limpio y con un mensaje fuerte, pero al mismo tiempo inocente. Lo cual se logró ya que al manejar los colores llamativos en los objetos infantiles en la parte superior, daban el equilibrio necesario para llamar la atención, así como se puede ver en la Figura 12, Figura 13, Figura 14 y Figura 15. Y el texto pesado y legible en la parte inferior dando más contexto, de esta forma conectando las ideas.

El diseño para el arte final fue pensado en dos niveles de lectura, empezando por la parte superior (imagen) y luego la inferior (texto), para que de esta manera se comprenda la idea y el espectador aprecie el contexto con la correlación de ambas. Y así estas funcionen en conjunto como se aprecia en la Figura 16.

El desarrollo de esta etapa fue bastante interesante ya que siempre se tuvo como guía los bocetos principales. Sin embargo, en torno el proyecto iba avanzando, se fueron presentando nuevas ideas que contribuyeron para un buen y eficaz progreso. Como se puede apreciar en la Figura 17, están las 3 etapas fundamentales que se llevaron a cabo.

En la primera fotografía del boceto realizado a mano, se vuelve fácil de identificar como después de haber; seleccionado la idea, la forma de comunicar y de graficar, siempre se buscó manejar el minimalismo, dando espacio en blanco y que la imagen en conjunto con la frase, sean el foco de atención del afiche. Luego en la segunda, se encuentra el boceto realizado con imágenes de stock y diseñado en Photoshop, para que de esta manera sea mucho más evidente como se deseaba que se lleguen a ver los artes finales. Los cuales se encuentran en la tercera fotografía, como resultado de una sesión fotográfica victoriosa, manejo de diseño óptimo y apegada a las bases del proyecto.



VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO

Los adultos con un historial de maltrato infantil son más propensos a intentos de suicidio. Además cuentan con peores resultados con el tratamiento de antidepresivos, especialmente si el maltrato ocurrió cuando tenían 7 años o menos.



www.nomasviolenciainfantil.com



VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO

Figura 12. **Violencia Infantil = Suicidio.** Afiche que habla sobre el suicidio como consecuencia de la violencia infantil. Tamaño A2, impresión offset a full color sobre papel couche de 150 gr



VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA

El maltrato puede impedir el desarrollo físico del cerebro del niño y llevarlo a presentar problemas psicológicos durante su adultez, causando miedos y traumas que afecten a su desarrollo y relaciones futuras.



VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA

Figura 13. **Violencia Infantil = Trauma.** Afiche que habla sobre el trauma como consecuencia de la violencia infantil. Tamaño: A2, impresión offset a full color sobre papel couche de 150 gr



VIOLENCIA INFANTIL = MIEDO

El maltrato infantil puede hacer que las víctimas se sientan aisladas, temerosas y desconfiadas, esto puede llevar a consecuencias psicológicas de por vida.



VIOLENCIA INFANTIL = ESTRÉS Y ANSIEDAD

Un gran porcentaje de la población ecuatoriana sufre de estrés y ansiedad. Dentro de este grupo se encuentran niños, niñas y adolescentes que desde muy temprana edad padecen de estas consecuencias debido al maltrato por parte de sus cuidadores.



VIOLENCIA INFANTIL = DESCONFIANZA

Personas que han recibido maltrato durante su periodo de infancia son más propensos a mostrar síntomas de una baja autoestima y desconfianza en todo el proceso de su vida. Desde la niñez, adolescencia, hasta la adultez.



VIOLENCIA INFANTIL = ALCOHOLISMO

Ser maltratado en la infancia se asocia a un considerable incremento del riesgo de consumo peligroso o nocivo de alcohol en la etapa de adultez. A menudo el alcohol es usado como mecanismo de defensa o automedicamento, desde muy temprana edad.



VIOLENCIA INFANTIL = CAMBIOS DE HUMOR

Niños y niñas que han recibido maltrato por parte de sus padres, profesores o cuidadores, son más propensos a mostrar tener cambios repentinos de humor.



VIOLENCIA INFANTIL = DROGADICCIÓN

El abuso de sustancias en la adolescencia y adultez, muchas veces es causada por algún caso de maltrato o abuso infantil en su hogar. Lastimosamente esta consecuencia en un futuro se traduce en riesgo de desempleo y pobreza.



Figura 14. Grupo de afiches de concientización sobre la violencia infantil. Conjunto de 4/10 afiches de la campaña de concientización.

Figura 15. Grupo de afiches de concientización sobre la violencia infantil. Conjunto de 4/10 afiches de la campaña de concientización.

Figura 16. Mock-up del diseño de los 10 afiches. En la imagen se puede apreciar mejor el sistema gráfico así como las proporciones y escala.



 <p>VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO</p> <p>La violencia con un nivel de gravedad de nivel 5 es más prevalente e intensa de lo que se cree. Además sufre con mayor frecuencia con el uso de armas de fuego, especialmente si el niño es menor de 10 años.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = DROGADICCIÓN</p> <p>El alcohol es responsable del 40% de los casos de violencia infantil. El consumo de drogas y alcohol puede llevar a consecuencias psicológicas de por vida.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = MIEDO</p> <p>El miedo infantil puede hacer que los niños se vuelvan callados, tímidos y retraídos, así como llevar a consecuencias psicológicas de por vida.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = DEPRESIÓN</p> <p>El maltrato infantil es un factor de riesgo para la depresión, la ansiedad y otros trastornos psicológicos de la vida adulta. Los niños que sufren violencia infantil tienen un mayor porcentaje de síntomas de depresión.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = DESCONFIANZA</p> <p>Los niños que han sufrido maltrato durante su infancia son más propensos a mostrar síntomas de una baja autoestima y confianza hacia sí mismos y el mundo. Esto puede afectar su salud física y emocional.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>
 <p>VIOLENCIA INFANTIL = ESTRÉS Y ANSIEDAD</p> <p>Un gran porcentaje de los niños que sufren violencia infantil experimentan estrés y ansiedad. Estos problemas pueden afectar su salud física y emocional, así como su capacidad de aprender y jugar.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = CAMBIOS DE HUMOR</p> <p>Los niños que sufren violencia infantil pueden experimentar cambios de humor, irritabilidad y problemas de conducta que afectan su vida diaria.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = ALCOHOLISMO</p> <p>La violencia infantil puede ser un factor de riesgo para el alcoholismo en la vida adulta. Los niños que sufren violencia infantil tienen un mayor porcentaje de síntomas de alcoholismo.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = ABUSO SEXUAL</p> <p>El maltrato infantil puede incluir el abuso sexual, que afecta a los niños de todas las edades y puede tener graves consecuencias físicas y emocionales.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>	 <p>VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA</p> <p>El maltrato infantil puede causar trauma, que afecta a los niños de todas las edades y puede tener graves consecuencias físicas y emocionales.</p> <p>UNICEF www.unicef.org/childprotection</p>



Primeros bocetos



Boceto digital



Arte final

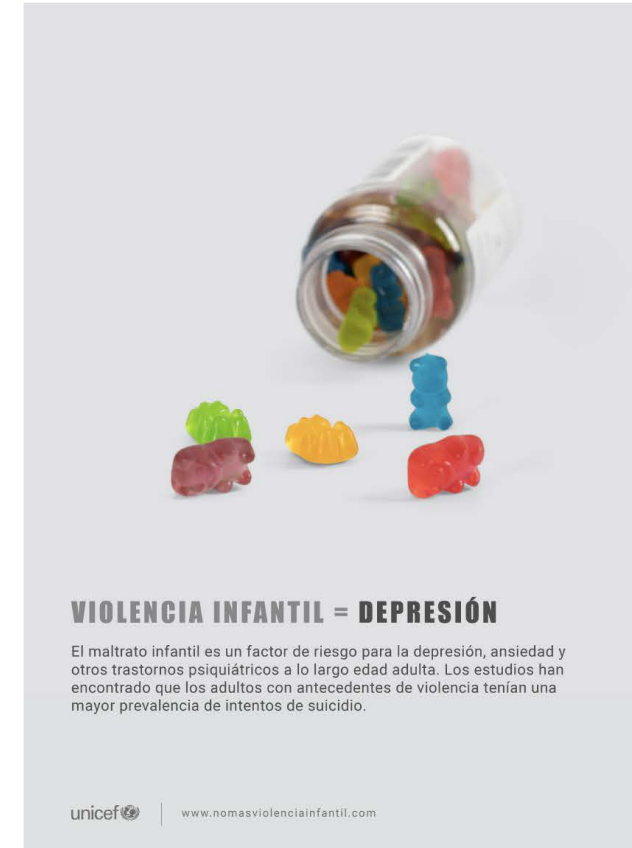


Figura 17. **Proceso de diseño.** La imagen muestra el proceso, paso a paso, desde el bocetaje a mano, luego el boceto digital realizado en base a la idea y generado en Photoshop y el arte final luego de la sesión fotográfica y la post producción.

■ **tabla de medios.**

Para un mejor manejo de la campaña y una visión estratégica más amplia, se estableció una tabla de medios en donde se plantearon más opciones para transmitir los mensajes complementarios en distintos formatos y maneras de comunicación. Se analizaron las debilidades y fortalezas de distintos medios y se completó la tabla con elementos que aporten valor a la campaña y cuyo objetivo es lograr un mayor alcance del público objetivo como se observa en la Tabla 3 a continuación.

Tabla 3

Tabla de medios

Objeto publicitario	Segmento de mercado	Objetivo	Mensaje	Información detallada / Observaciones
Volantes o Flyer	12 - 60	Concientizar y educar sobre el tema, más un llamado a la acción.	Resumen de consecuencias. Llamado a la acción para no ser cómplices.	Fotografía llamativa y texto destacado. Información de importancia.
Banner	25 - 40	Concientizar y educar sobre el tema, más un llamado a la acción.	Concientización. Llamado a la acción	Por medio de una imagen y texto breve. Diseño de fácil lectura.
Tríptico	30 - 60	Concientizar y educar sobre el tema, más un llamado a la acción.	Estadísticas, causas y consecuencias. Llamado a la acción.	Varias imágenes, textos un poco más extensos con potencial interés.
Redes Sociales	15 - 40	Concientizar y educar sobre el tema, más un llamado a la acción.	Resumen de causas y consecuencias. Llamado a la acción.	Post para redes en carrousel y reel. Datos resumidos y claros.

Nota. La tabla contiene información para el desarrollo de distintos elementos gráficos con el fin de complementar la campaña.

otros elementos de la campaña.



■ diseño de trípticos.

Para los trípticos se crearon primero los bocetos base de diagramación, luego fueron digitalizados y se añadió el contenido y los diferentes elementos del sistema gráfico.

Primero se propuso un tríptico en formato vertical, (Anexo 2) utilizando la fotografía principal en la parte delantera y el texto en la parte posterior, esto no tuvo acogida ya que la imagen se cortaba al momento de doblarlo y perdía su significado, y en la cuestión de colores y textos en la parte posterior hubo un desvío y confusión con el manejo gráfico ya que se veía un diseño demasiado infantil y no transmitía ni llegaba al público deseado. Esto no funcionó como se esperaba así que se realizaron más variaciones de bocetaje hasta encontrar un estilo gráfico que vaya con la idea principal de la campaña. Se trató de mantener la tipografía Impact y mayúsculas en todos los títulos pero resultaba demasiado pesado el texto para el lector, y lo que se buscaba era funcionalidad. Así que la gran parte de los títulos se mantuvo la

tipografía Roboto, como se observa en la Figura 18, que le da mucho más equilibrio al diseño, e Impact únicamente para los textos que resaltan a la campaña y palabras clave.

En la cuestión de los elementos gráficos se descartaron las ilustraciones e iconos, y se incluyeron fotografías de niños y niñas que transmitían el mensaje que se quería. Al principio se implementaron las imágenes con los colores de la cromática de la campaña, verde, morado, rojo, etc. pero llegaron a ser, visual y estéticamente, demasiado fuertes. Así que se llegó a la conclusión de utilizarlas en escala de grises para una mayor apreciación no solo de la imagen, sino también de los textos, y así este sea un conjunto con una mayor funcionalidad.

El tríptico finalmente se organizó en un formato horizontal, utilizando las imágenes principales de la campaña como portada, y en cada uno implementando la cromática más representativa definida dentro de la fotografía.

La importancia de la infancia

Los primeros años de vida son un período crucial para el desarrollo. Los primeros años de vida de un niño repercutirán definitivamente en diversos aspectos de su vida a futuro, como:

- Desarrollo cerebral
- Crecimiento físico
- Capacidad intelectual
- Capacidad cognitiva
- Capacidad social

Durante este período, la estimulación y los cuidados son cruciales para un crecimiento y desarrollo favorables.

ROMPAMOS LA CADENA

El 69% de los suicidios en niños y adolescentes son causados por negligencia, abandono o por violencia intra-familiar.

Más del 47% de madres y padres de niños, niñas y adolescentes ecuatorianos utilizan el castigo físico como método de "educación".

3 de cada 4 niños son habitualmente víctimas de algún tipo de disciplina violenta por parte de sus cuidadores.

Maltrato Físico:
Cuando un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física de un niño o niña por medio de golpes.

Maltrato Emocional:
Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, lo menosprecia, castiga y desvaloriza.

Maltrato por Abandono:
Estas son situaciones donde a los niños no se les brinda sus necesidades básicas; alimentos, vestimenta, educación, un techo donde vivir y afecto.

VIOLENCIA INFANTIL
(EJEMPLO 1)

REPRESIÓN
El castigo físico de un niño o niña por parte de un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física de un niño o niña por medio de golpes.

NEGLIGENCIA
Cuando un adulto no brinda a un niño o niña las necesidades básicas; alimentos, vestimenta, educación, un techo donde vivir y afecto.

MALTRATO EMOCIONAL
Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, lo menosprecia, castiga y desvaloriza.

TÚ PUEDES SER PARTE DEL CAMBIO...
No seas cómplice del maltrato infantil. Denuncia cualquier tipo de maltrato infantil, verbal y físico, a través de los canales de denuncia. Cambia la legislación generacional.

www.NOMASVIOLENCIAINFANTIL.COM

unicéf

1800 - MALTRATO

VIOLENCIA INFANTIL
(EJEMPLO 2)

REPRESIÓN
El castigo físico de un niño o niña por parte de un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física de un niño o niña por medio de golpes.

NEGLIGENCIA
Cuando un adulto no brinda a un niño o niña las necesidades básicas; alimentos, vestimenta, educación, un techo donde vivir y afecto.

MALTRATO EMOCIONAL
Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, lo menosprecia, castiga y desvaloriza.

TÚ PUEDES SER PARTE DEL CAMBIO...
No seas cómplice del maltrato infantil. Denuncia cualquier tipo de maltrato infantil, verbal y físico, a través de los canales de denuncia. Cambia la legislación generacional.

www.NOMASVIOLENCIAINFANTIL.COM

unicéf

1800 - MALTRATO

VIOLENCIA INFANTIL
(EJEMPLO 3)

REPRESIÓN
El castigo físico de un niño o niña por parte de un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física de un niño o niña por medio de golpes.

NEGLIGENCIA
Cuando un adulto no brinda a un niño o niña las necesidades básicas; alimentos, vestimenta, educación, un techo donde vivir y afecto.

MALTRATO EMOCIONAL
Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, lo menosprecia, castiga y desvaloriza.

TÚ PUEDES SER PARTE DEL CAMBIO...
No seas cómplice del maltrato infantil. Denuncia cualquier tipo de maltrato infantil, verbal y físico, a través de los canales de denuncia. Cambia la legislación generacional.

www.NOMASVIOLENCIAINFANTIL.COM

unicéf

1800 - MALTRATO

Figura 18. Sistema de trípticos. Diseño de trípticos para la campaña de concientización y sus variables en color y fotografía.

▀ diseño de vallas.

Para el diseño de las vallas se buscó emitir un mensaje rápido y que genere interés en el público, debido al poco tiempo que se tiene para visualizarlo. Como primera propuesta se había planteado hacerlo con una imagen a tamaño completo en escala de grises con el texto en blanco, generando un contraste básico. A pesar de que se veía bastante bien se llegó a la conclusión de que no tenía conexión con el resto de elementos en cuestión de diseño. Así que se decidió utilizar directamente la misma fotografía, como se muestra en la Figura 19, que cubra todo el espacio, en escala de grises y, el texto principal de la campaña en Impact en color blanco para generar contraste, y en la parte inferior estaría ubicada la página web a la cual acudir en caso de desear saber más información. Muy similar a la primera propuesta pero ahora añadiendo color dentro de la paleta de la campaña, y de esta forma resaltar con un simple cambio. El sistema utiliza varias fotografías secundarias de los niños y la palabra, consecuencia de la violencia, varía en cada propuesta.



Figura 19. **Valla.** Diseño para vallas ubicadas en la ciudad de Cuenca.

■ diseño de volantes.

Para el diseño de las volantes fue un proceso demorado ya que el tamaño seleccionado fue un A6, por este motivo el espacio era reducido lo cual no permitía colocar la cantidad de información deseada y, al mismo tiempo, era de gran importancia contextualizar la campaña en cada elemento seleccionado dentro de la tabla de medios. Este al ser un objeto que el público tiene mayor oportunidad de observar tenía la opción de llevar un poco más de información, que por ejemplo una valla. Así que se empezó tratando de manejar este proceso de una manera similar a los afiches, la imagen como foco principal y un pequeño texto en la parte inferior de la misma, pero se llegó a la conclusión de que al hacerlo la campaña perdía fuerza visual ya que sería un copy/paste sin aporte de valor.

Así que finalmente se decidió manejar las palabras clave representativas de la campaña y una fotografía ubicadas en el tiro del flyer como se ve en la Figura 20, pero en esta ocasión las fotografías serían de un diferente ángulo con el propósito de mantener la misma esencia de las imágenes principales de los afiches, pero estas no sean repetitivas y lleguen a cansar al público, sino que por otro lado se conectan visualmente y logren transmitir el mensaje de concientización deseado. En la parte del retiro de el flyer se ubicó un texto bastante resumido pero concreto sobre el tema a tratar, dando datos basados en investigaciones y también aquí se situaron los otros elementos como el logo de la UNICEF y la página web.

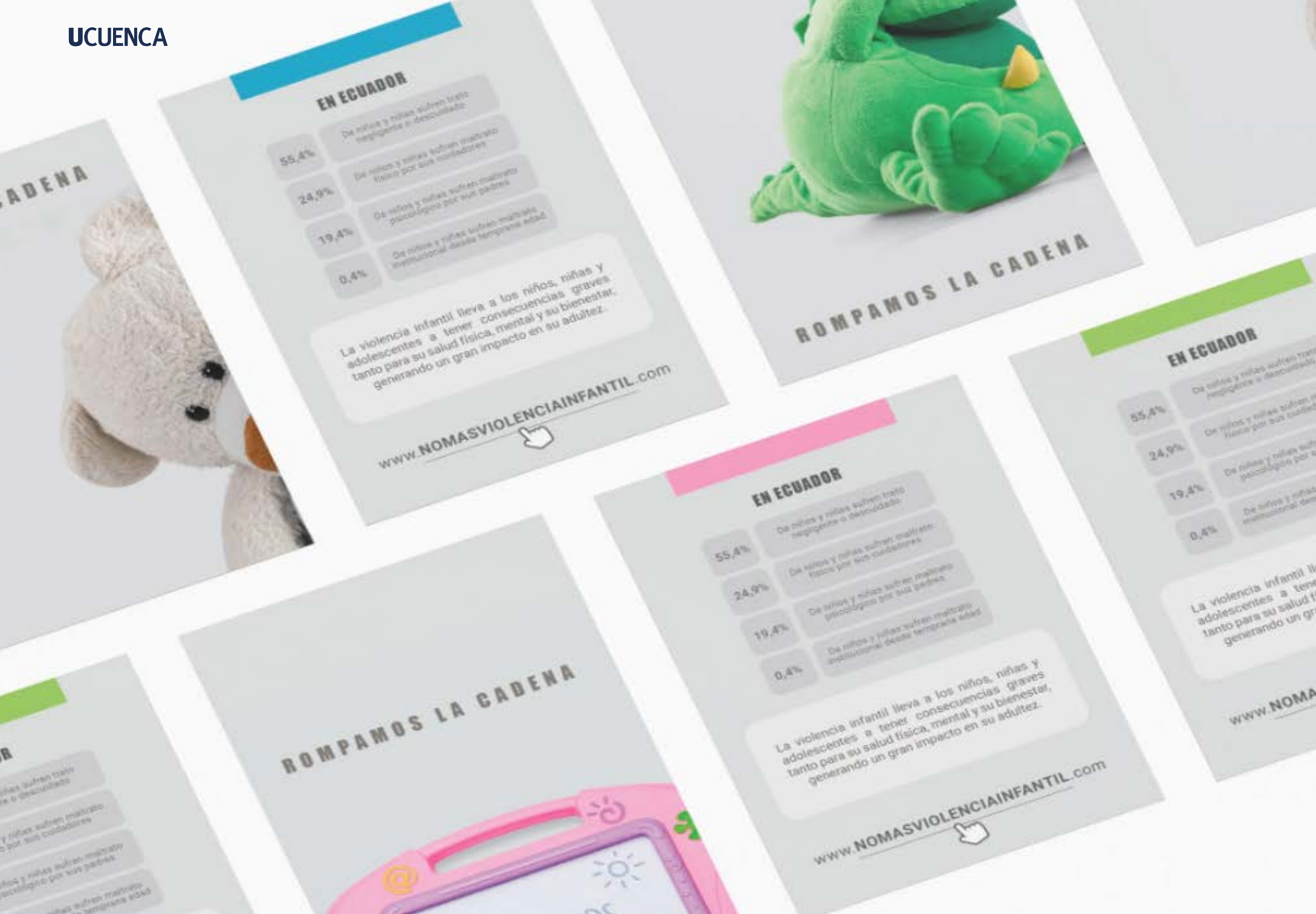


Figura 20. **Volantes.** Mock-up de diseño de los volantes para la campaña de concientización.



Figura 21. **Artes para redes sociales.** La imagen muestra las dos propuestas de diseño realizadas para los artes en redes.

■ **diseño de artes para redes.**

Durante esta etapa se optó por crear artes en formato carrusel para Instagram y Facebook para disponer de varias imágenes para colocar información, aquí también se adaptó el estilo gráfico establecido.

Durante el proceso de diseño se notó que la primera imagen debía ser de más enganche para el público ya que es importante que el usuario sienta la necesidad deslizar la pantalla que le lleva a profundizar en el contenido, por lo cual el primer arte se llevó a cabo con la frase “sabías que...” y así despertar su interés, como se puede apreciar en la Figura 21 y Figura 22.

Otra herramienta de contenido que se utilizó fue un reel, diseñado para Instagram y adaptable para Facebook. Con este propósito, se realizó primero el storyboard como una guía del proceso. Por ejemplo, se planeó mantener todo el video en blanco y negro al igual que las imágenes implementadas en otros objetos de la campaña anteriores, con el fin de mantener una línea gráfica sólida en los diferentes objetos publicitarios de la campaña.

Aquí se hizo una recopilación de videos de stock que vayan de la mano con el tema, que transmiten tristeza, empatía e inocencia ya que también contiene fragmentos con juguetes infantiles. Durante el video existe una voz en off que brinda un dato importante sobre la violencia infantil y al mismo tiempo se aplicaron subtítulos. Ya que como se sabe, muchos usuarios de redes sociales es posible que tengan su celular sin sonido, así que de esta forma podrán entender el video de una manera más fácil. Al final también se encuentra un llamado a la acción con la finalidad de que se dirijan a la página web.

Para todo el proceso de diseño de los distintos elementos se realizó una investigación de todos los estudios anteriormente realizados, entrevistas, artículos y toda fuente de información posible para poderlas implementar en cada una de los elementos planteados en la tabla de medios, con el fin de que la información sea valiosa, educativa, informativa y no sea repetitiva. Aportando valor a la campaña con todos y cada uno de los elementos gráficos.

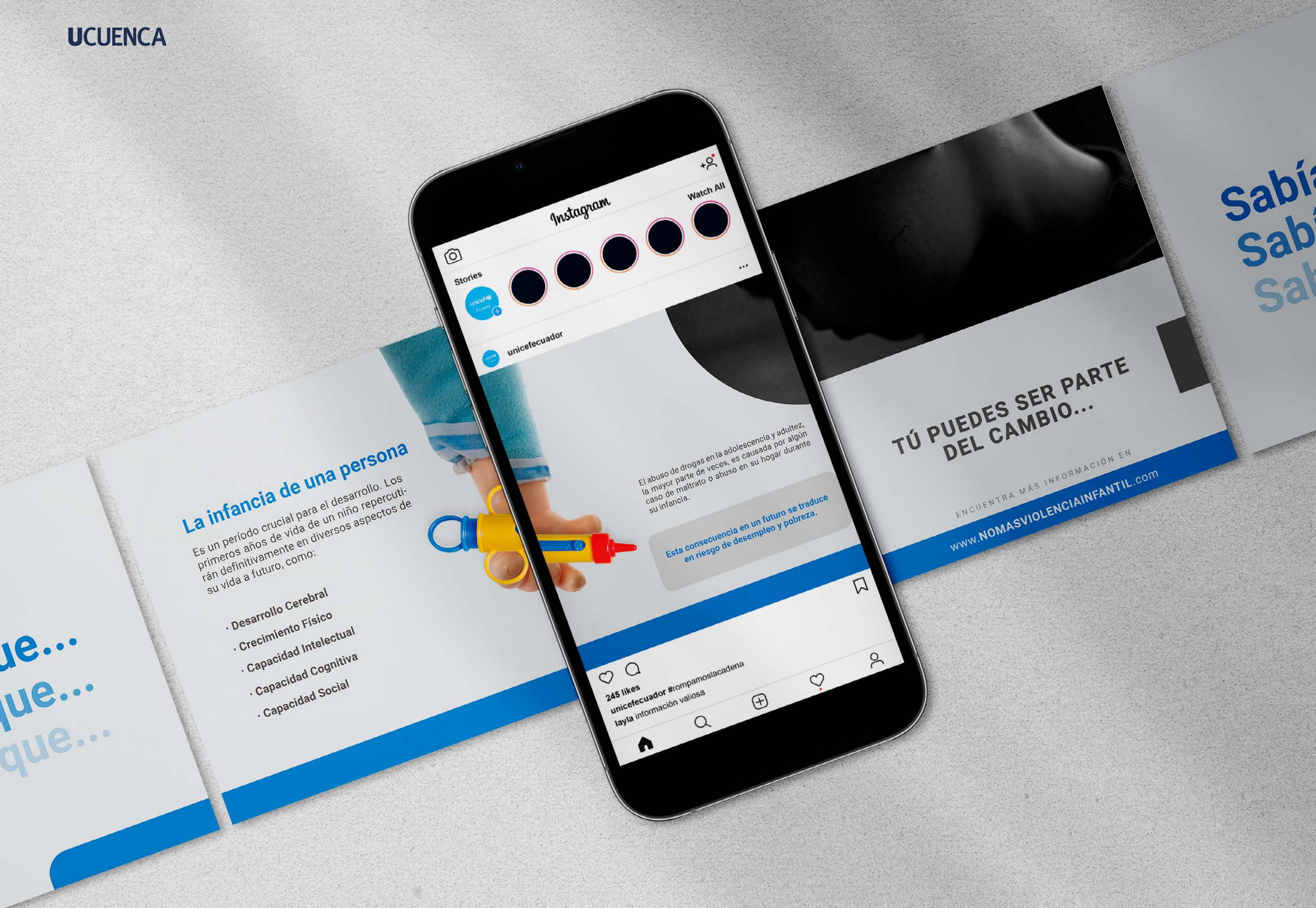


Figura 22. Mock-up de artes para redes sociales. Mock-up de artes para redes, simulando el carrusel completo de fotografías.

testear.

Para la culminación del proyecto se ejecutó este último paso del testeo, en donde se reunió a un grupo de personas de la ciudad de Cuenca, de edades y géneros variables, basadas en el diseño del buyer persona y se les mostró los artes finales del proyecto para que brinden un feedback, desde su propia perspectiva.

Lastimosamente, debido al tiempo, el testeo no se dió en el periodo planeado, sin embargo se logró obtener la oportunidad de mostrar a distintas personas la campaña y esta etapa nos permitió entender puntos de vista externos. Recibiendo comentarios, en su mayoría, positivos. Resaltando las imágenes y el uso de juguetes en las mismas mientras se habla de un tema tan fuerte, fusionarlo con la inocencia infantil. También se brindaron recomendaciones para trabajos futuros. Pero en general fueron comentarios de éxito.

aprendizaje.



El desarrollo del proyecto trajo consigo varios aprendizajes, tanto en la metodología como en el diseño y manejo de campañas. Durante este periodo se presentaron diversos problemas y, por ende, soluciones que nos permitieron culminar con la campaña planteada. Dejando enseñanzas de alto valor que servirán en proyectos a realizar en un futuro.

Ya se tenía conocimiento sobre campañas publicitarias, pero muy poco acerca de campañas de concientización social. Se aprendió que este es un tema que va mucho más allá de promocionar un producto o servicio, sino busca generar conciencia, empatía y luchar contra una problemática que tiene un impacto negativo en la sociedad. Una campaña de concientización se dirige al público desde otro punto de vista, lo cual implica una investigación profunda, tanto de campo, como de estudios, encuestas e información que podría estar recopilada en artículos. La metodología fue de gran ayuda y sirvió de guía, mostrando paso a paso cómo continuar, para llegar a los exitosos resultados obtenidos.

La experiencia que generó la etapa de “entender la problemática”, permitió que se pueda desarrollar la campaña por medio de la empatía. Los datos y también el hecho de poder escuchar a gente que lo vive en sangre propia, dieron paso a comprender las dolorosas y traumantes realidades que niños, niñas y adolescentes de nuestro país enfrentan día a día. Enseñando no solo a entender la problemática, sino también a ser mejores seres humanos y cuidar de la inocencia de quienes serán los futuros adultos.

En la parte del diseño, la indagación dentro del campo del diseño emocional dio paso a desarrollar el proyecto de una manera eficaz, y contrastante a las campañas normalmente publicadas. Los diseños finales fueron resultado de prueba y error tanto en diagramaciones, tipografías y cromáticas. Básicamente el aprendizaje en esta etapa de diseño dentro del proyecto fue abrir la mente a distintas posibilidades, mantenerse encaminado a la idea principal y entender que el proceso creativo puede durar más de lo que se espera y no se trata de forzarlo.

referencias.

Aldeas Infantiles. (7 de 05 de 2021). Obtenido de Aldeas Infantiles SOS:
<https://www.aldeasinfantiles.org.co/noticias/2021/que-es-el-maltrato-infantil>

Derecho Ecuador. (12 de marzo de 2012). Derecho Ecuador. Obtenido de
<https://derechoecuador.com/maltrato-infantil/>

Derecho Ecuador. (12 de 3 de 2012). Derecho Ecuador. Obtenido de
<https://derechoecuador.com/maltrato-infantil/>

ITMADRID. (6 de 02 de 2020). Design Thinking. Obtenido de ITMADRID Digital School:
<https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>

Caldas, S. (2019). Diseña, crea, siente. Barcelona: Hoaki Books, S.L.
 Violencia, el principal desafío para la infancia en Ecuador Unicef.org
<https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/violencia-el-principal-desaf%C3%A0do-para-la-infancia-en-ecuador#:~:text=De%20acuerdo%20al%20estudio%2C%20casi,inseguro%20en%20el%20transporte%20p%C3%BAblico.>

Ritacco, E. (2016). La saturación publicitaria, el gran enemigo de la publicidad. Adlatina. Obtenido de
<https://www.adlatina.com/articulo.php?slug=/publicidad/la-saturaci%C3%B3n-publicitaria-el-gran-enemigo-de-la-publicidad>

López, I. (2019). Secuelas que deja el abuso infantil en la edad adulta. Iratxe López Psicóloga. Obtenido de
<https://iratxelopezpsicologia.com/secuelas-que-deja-el-abuso-infantil-en-la-edad-adulta/>

Forero, L. C. A., Araújo Reyes, A. P., Godoy Díaz, A. P., & Vera Rueda, M. E. (2010). Maltrato infantil y sus consecuencias a largo plazo. MedUNAB, 13(2), 103–115. Obtenido de
<https://revistas.unab.edu.co/index.php/medunab/article/view/1155>

Cabrera, E. y Astaiza, G. (2016). Maltrato infantil, secuelas. Revista Psicología Científica.com, 10 (11). Obtenido de
<https://psicolcient.me/jexsk>

Pesantes, K. (2019). En Ecuador, el 47% de padres aún golpea a sus hijos para disciplinarlos. Primicias. Obtenido de
<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ecuador-47-padres-golpea-hijos-disciplina/>

Veliz, A. (2021). La explotación, la violencia y el abuso infantil se extremaron en la pandemia. Gestion Digital. Obtenido de.
<https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/la-explotacion-la-violencia-y-el-abuso-infantil-se-extremaron-en-la-pandemia>

anexos.

anexo a.

entrevista.

1. ¿Por qué empezaste a trabajar en este lugar?

Por el amor a la profesión, y por la necesidad de ayudar a niños y jóvenes, y de alguna manera poder ser su voz, ya que por experiencia propia sé cuánto puede sufrir un niño abusado. Dándoles apertura para que los niños y jóvenes sientan que pueden hablar porque es un lugar seguro y de apoyo.

2. ¿Qué tipo de maltratos por parte de los adultos a niños son los más frecuentes?

Abandono por parte de sus padres, abusos sexuales y violaciones por parte de personas de su misma familia y que muchas veces viven hasta en su propia casa, golpes y palabras hirientes. Maltrato intra familiar, institucional y social.

3. ¿Has notado alguna actitud diferente en los niños que han sufrido abuso físico o psicológico? ¿Cuáles son esas actitudes?

Actitudes agresivas y negativas. Empiezan a cohibirse, ser tímidos e inseguros. Situaciones en las que se refugian en el consumo de alcohol y drogas. Cortes en los brazos y piernas. Jóvenes que 3-4 veces han intentado suicidarse. Es fundamental cuidar la niñez.

4. ¿De qué manera crees que afecta el maltrato físico y psicológico a niños y niñas en su futuro? ¿Qué efectos a largo plazo tiene el maltrato en la niñez?

Presuntos delincuentes, violadores, agresores y futuras víctimas también. Daños psicológicos. Por estas razones es bastante importante trabajar con ellos el perdón, ya que crecen con resentimientos, en un círculo de rencor y de odio. "Ahora que ya puedo tomar mis decisiones, tengo poder, tengo la forma y la manera de vengarme de esa persona".

5. ¿De qué manera crees que se podría concientizar a los padres o adultos responsables para evitar el maltrato?

Es imposible borrar todo lo que han pasado, como arte de magia. Es de suma importancia que los padres o personas a cargo de los niños les brinden amor y tiempo. Sensibilizar la importancia del amor, afecto y cariño desde que son pequeños.

anexo b.

bocetos a mano y digitales.



anexo c.

propuesta tríptico no elegida.



SABIAS QUÉ...

La infancia es un período crucial para el desarrollo. Los primeros años de vida de un niño repercuten definitivamente en diversos aspectos: desde su desarrollo cerebral, crecimiento físico, sus capacidades intelectuales, cognitivas, incluso sociales. Durante este período, la estimulación y los cuidados son cruciales para un crecimiento y desarrollo favorables.

El maltrato infantil deja huellas que pueden ser incluso vistas a largo plazo en la adultez. Más allá de las severas lesiones físicas que un menor puede sufrir debido al abuso de adultos, en un período crítico como es la infancia, la violencia genera cambios químicos a nivel cerebral que, de no ser correctamente tratados, pueden llevar a diversas patologías como las que se verán a continuación.

69%

De los suicidios son causados por negligencia, abandono y violencia intrafamiliar.

34

Niños habitualmente víctimas de algún tipo de disciplina violenta por parte de sus cuidadores.

47%

De madres y padres usan el castigo físico como método de "educación".

FÍSICO Sucede cuando un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física o psicológica de un niño o niña.

EMOCIONAL Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, la menosprecio, castigo y desvaloriza.

ABANDONO Situaciones donde a los niños no se les brindan necesidades básicas: alimento, vestido, educación, un techo donde vivir y afecto.

ENCIJA INFANTIL = TRAUMA VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA VIO
 ENCIJA INFANTIL = SUICIDIO VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO VI
 ENCIJA INFANTIL = DEPRESIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DEPRESIO
 ENCIJA INFANTIL = ALCOHOLISMO VIOLENCIA INFANTIL = ALCOH
 ENCIJA INFANTIL = DROGADICCIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DROG
 ENCIJA INFANTIL = TRAUMA VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA VIO
 ENCIJA INFANTIL = SUICIDIO VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO VI
 ENCIJA INFANTIL = DEPRESIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DEPRESIO
 ENCIJA INFANTIL = ALCOHOLISMO VIOLENCIA INFANTIL = ALCOH
 ENCIJA INFANTIL = DROGADICCIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DROG

unicef | www.nomassiviolenciainfantil.com



SABIAS QUÉ...

La infancia es un período crucial para el desarrollo. Los primeros años de vida de un niño repercuten definitivamente en diversos aspectos: desde su desarrollo cerebral, crecimiento físico, sus capacidades intelectuales, cognitivas, incluso sociales. Durante este período, la estimulación y los cuidados son cruciales para un crecimiento y desarrollo favorables.

El maltrato infantil deja huellas que pueden ser incluso vistas a largo plazo en la adultez. Más allá de las severas lesiones físicas que un menor puede sufrir debido al abuso de adultos, en un período crítico como es la infancia, la violencia genera cambios químicos a nivel cerebral que, de no ser correctamente tratados, pueden llevar a diversas patologías como las que se verán a continuación.

69%

De los suicidios son causados por negligencia, abandono y violencia intrafamiliar.

34

Niños habitualmente víctimas de algún tipo de disciplina violenta por parte de sus cuidadores.

47%

De madres y padres usan el castigo físico como método de "educación".

FÍSICO Sucede cuando un adulto, de forma deliberada, daña la integridad física o psicológica de un niño o niña.

EMOCIONAL Cuando un adulto se dirige hacia un niño, a través de gritos, insultos, la menosprecio, castigo y desvaloriza.

ABANDONO Situaciones donde a los niños no se les brindan necesidades básicas: alimento, vestido, educación, un techo donde vivir y afecto.

ENCIJA INFANTIL = TRAUMA VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA VIO
 ENCIJA INFANTIL = SUICIDIO VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO VI
 ENCIJA INFANTIL = DEPRESIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DEPRESIO
 ENCIJA INFANTIL = ALCOHOLISMO VIOLENCIA INFANTIL = ALCOH
 ENCIJA INFANTIL = DROGADICCIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DROG
 ENCIJA INFANTIL = TRAUMA VIOLENCIA INFANTIL = TRAUMA VIO
 ENCIJA INFANTIL = SUICIDIO VIOLENCIA INFANTIL = SUICIDIO VI
 ENCIJA INFANTIL = DEPRESIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DEPRESIO
 ENCIJA INFANTIL = ALCOHOLISMO VIOLENCIA INFANTIL = ALCOH
 ENCIJA INFANTIL = DROGADICCIÓN VIOLENCIA INFANTIL = DROG

unicef | www.nomassiviolenciainfantil.com

