



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciatura en  
Diseño Gráfico

**“Diseño de carteles ilustrados como herramienta para la  
representación de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato”.**

**Autor:** Henry Alexander León Villacís

**Tutor:** Dis.Mg. Christian Gabriel Ruiz Pérez

**Ambato – Ecuador**

**Febrero, 2024**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema: **“Diseño de carteles ilustrados como herramienta para la representación de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato”** del/la alumno/a León Villacís Henry Alexander, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho Proyecto de Integración Curricular bajo la Modalidad de Titulación: Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H.Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero 2024

**TUTOR**

.....  
Dis.Mg. Christian Gabriel Ruiz Pérez

**C.C.: 1802807329**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Yo, Henry Alexander León Villacís con cédula de ciudadanía No: 1804008892, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad de Titulación: Proyecto Integrador bajo el tema “**Diseño de carteles ilustrados como herramienta para la representación de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato**”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de integración curricular.

Ambato, febrero 2024

### **AUTOR**

.....

Henry Alexander León Villacís

C.C.: 1804008892

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, León Villacís Henry Alexander con C.C.: 1804008892 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “**DISEÑO DE CARTELES ILUSTRADOS COMO HERRAMIENTA PARA LA REPRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD LGBTI DE LA CIUDAD DE AMBATO**”, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Integración Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, febrero 2024

## **AUTOR**

.....

Henry Alexander León Villacís

**C.C.: 1804008892**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad de Titulación: Proyecto Integrador sobre el tema “**DISEÑO DE CARTELES ILUSTRADOS COMO HERRAMIENTA PARA LA REPRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD LGBTI DE LA CIUDAD DE AMBATO**” de Henry Alexander León Villacís, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de la Facultad de Diseño Y Arquitectura de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, febrero 2024

Para constancia firman:

---

**PRESIDENTE**

**C.C.:**

---

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.:**

---

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.:**

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA.....</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES .....</b>	<b>xv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>1. ANTECEDENTES .....</b>	<b>2</b>
1.1.    Tema .....	2
1.2.    Planteamiento del problema.....	2
1.3.    Árbol de problemas.....	5
1.4.    Justificación .....	5
1.5.    Objetivo .....	6
1.5.1.    Objetivo general .....	6
1.5.2.    Objetivos específicos .....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>

<b>2. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>7</b>
2.1. Estado de la cuestión .....	7
2.2. Enfoque social del diseño .....	11
2.4. Categorías Fundamentales .....	15
2.5. Redes Conceptuales .....	16
2.6. Marco conceptual.....	17
2.6.1. Diseño gráfico .....	17
2.6.2. Elementos Visuales .....	17
2.6.3. Elementos de Relación.....	17
2.6.4. Diseño .....	18
2.6.5. Composición .....	18
2.6.6. Tipografía.....	19
2.6.7. Color y Estilo .....	19
2.6.8. Mensajes Claves.....	19
2.6.9. Audiencias.....	20
2.6.10. Ilustraciones .....	20
2.6.11. Función.....	20
2.6.12. Estilo .....	21
2.6.13. Representación .....	21
2.6.14. Significado .....	21
2.6.15. Representaciones.....	22
2.6.16. Cartelismo .....	22

2.6.17. Respuesta emocional.....	22
2.6.18. Empatía y conciencia .....	23
2.6.19. Impacto social .....	23
2.6.20. Sensibilización .....	24
2.6.21. Cambio de actitudes .....	24
2.6.22. Inclusividad .....	25
2.6.23. Representación demográfica .....	25
2.6.24. Antropología Humana .....	25
2.6.25. Etnografía de la sexualidad .....	26
2.6.26. Roles de género .....	26
2.6.27. Tabúes sexuales.....	26
2.6.28. Educación sexual.....	27
2.6.29. Sexualidad y poder.....	27
2.6.30. Identidad de Género y Orientación Sexual .....	27
2.6.31. Influencia en la sociedad.....	28
2.6.32. Comunidad LGBTI .....	28
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
<b>3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>30</b>
3.1. Análisis externo .....	30
3.1.1. Análisis PEST .....	30
3.1.1.1. Análisis Político. ....	30
3.1.1.2. Análisis económico.....	31

3.1.1.3. Análisis Social.....	32
3.1.1.4. Análisis tecnológico.....	32
3.1.2. Tendencias .....	34
3.1.3. Segmentación del mercado potencial.....	36
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	37
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial .....	37
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia .....	38
3.2. Análisis FODA .....	38
3.2.1. Fortalezas .....	38
3.2.2. Oportunidades .....	39
3.2.3. Debilidades.....	39
3.2.4. Amenazas .....	40
3.2.5. Cuadro resumen del análisis FODA.....	40
3.3. Rentabilidad.....	43
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>44</b>
<b>4.DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>44</b>
4.1.    Método .....	44
4.2.    Enfoque del proyecto .....	44
4.3.    Modalidad básica de la investigación .....	45
4.3.1.    Investigación Bibliográfica – Documental.....	45
4.3.2.    Investigación de campo.....	45
4.4.    Nivel de investigación .....	46

4.5.	Población y muestra.....	46
4.5.1.	Perfiles destinados para entrevistas.....	47
4.6.	Análisis e interpretación de resultados .....	47
4.6.1.	Entrevistas .....	47
4.6.1.1.	Entrevistas sobre Cartelismo .....	47
4.6.1.2.	Entrevista a la fundación Visión y Diversidad. ....	51
4.6.2.	Conclusión de las entrevistas .....	56
4.6.2.1.	Entrevistas enfocadas al diseño gráfico del proyecto. ....	56
4.6.2.2.	Entrevistas enfocadas a la comunidad LGBTI+.....	57
4.7.	Encuestas .....	58
4.7.1.	Análisis de las encuestas .....	58
4.7.2.	Conclusión de las encuestas .....	79
4.7.2.1.	Análisis encuesta enfocado al diseño gráfico del proyecto.....	80
4.7.2.2.	Análisis encuesta enfocado a la comunidad LGBTI. ....	80
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
<b>5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
5.1.	Memoria Descriptiva y Justificativa .....	82
5.2.	Descripción del proyecto .....	82
5.2.1.	Brief del proyecto.....	82
5.2.2.	Segmentación de Mercado .....	82
5.2.2.1.	Geográfico.....	82
5.2.2.2.	Demográfico.....	83
5.2.2.3.	Psicográfico.....	83
5.2.3.	Mensaje clave (Concept / Copy) .....	83

5.2.4. Referencias.....	83
5.2.5. Estilo y tono .....	85
5.2.6. Contenido.....	86
5.2.7. Cromática.....	86
5.2.8. Tipografía.....	86
5.2.8.1. Tipo Helvetica Now Display - Extra Bold.....	86
5.2.8.2. Tipo Helvetica Now Display - Extra Black. ....	87
5.2.9. Malla modular .....	87
5.2.10. Descripción de las propuestas .....	88
5.2.10.1. Propuesta para lesbianas. ....	88
5.2.10.2. Propuesta para gays.....	88
5.2.10.3. Propuesta para bisexuales. ....	88
5.2.10.4. Propuesta para transexuales.....	89
5.2.10.5. Propuesta para intersexuales.....	89
5.2.11. Propuesta de bocetos .....	89
5.2.11.1. Boceto sobre lesbianas. ....	89
5.2.11.2. Boceto sobre gays.....	90
5.2.11.3. Boceto sobre bisexuales.....	90
5.2.11.4. Boceto sobre transexuales .....	91
5.2.11.5. Boceto sobre intersexuales .....	92
5.2.12. Composiciones digitales .....	92
5.2.12.1. Cartel para lesbianas.....	92
5.2.12.2. Cartel para gays.....	93
5.2.12.3. Cartel para bisexuales.....	94
5.2.12.4. Cartel para transexuales. ....	94

5.2.12.5. Cartel para intersexuales. ....	95
5.2.13. Mockups.....	95
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>98</b>
<b>6.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>98</b>
6.1. Conclusiones.....	98
6.2. Recomendaciones .....	99
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>100</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>108</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> <i>Árbol de problemas</i> .....	5
<b>Gráfico 2.</b> <i>Categorías fundamentales</i> .....	15
<b>Gráfico 3.</b> <i>Red conceptual variable independiente</i> .....	16
<b>Gráfico 4.</b> <i>Red conceptual variable dependiente</i> .....	16

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Segmentación mercado potencial</i> .....	36
<b>Tabla 2.</b> <i>Cuadro resumen del análisis FODA</i> .....	40
<b>Tabla 3.</b> <i>Perfiles de entrevistas</i> .....	47
<b>Tabla 4.</b> <i>Género de identificación</i> .....	58
<b>Tabla 5.</b> <i>Pregunta No.1</i> .....	59
<b>Tabla 6.</b> <i>Pregunta No.2</i> .....	60
<b>Tabla 7.</b> <i>Pregunta No.3</i> .....	62
<b>Tabla 8.</b> <i>Pregunta No.4</i> .....	63
<b>Tabla 9.</b> <i>Pregunta No.5</i> .....	64
<b>Tabla 10.</b> <i>Pregunta No.6</i> .....	66
<b>Tabla 11.</b> <i>Pregunta No.7</i> .....	67
<b>Tabla 12.</b> <i>Pregunta No.8</i> .....	68
<b>Tabla 13.</b> <i>Pregunta No.9</i> .....	69
<b>Tabla 14.</b> <i>Pregunta No. 10</i> .....	71
<b>Tabla 15.</b> <i>Pregunta No.11</i> .....	72
<b>Tabla 16.</b> <i>Pregunta No.12</i> .....	73
<b>Tabla 17.</b> <i>Pregunta No.13</i> .....	75
<b>Tabla 18.</b> <i>Pregunta No.14</i> .....	76
<b>Tabla 19.</b> <i>Pregunta No.15</i> .....	77
<b>Tabla 20.</b> <i>Pregunta No.16</i> .....	78
<b>Tabla 22.</b> <i>Variables Independientes y dependientes</i> .....	114

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1.</b> <i>Género de identificación</i> .....	59
<b>Imagen 2.</b> <i>Pregunta No.1</i> .....	60
<b>Imagen 3.</b> <i>Pregunta No.2</i> .....	61
<b>Imagen 4.</b> <i>Pregunta No.3</i> .....	62
<b>Imagen 5.</b> <i>Pregunta No. 4</i> .....	64
<b>Imagen 6.</b> <i>Pregunta No.5</i> .....	65
<b>Imagen 7.</b> <i>Pregunta No.6</i> .....	66
<b>Imagen 8.</b> <i>Pregunta No.7</i> .....	67
<b>Imagen 9.</b> <i>Pregunta No.8</i> .....	69
<b>Imagen 10.</b> <i>Pregunta No.9</i> .....	70
<b>Imagen 11.</b> <i>Pregunta No. 10</i> .....	71
<b>Imagen 12.</b> <i>Pregunta No.11</i> .....	73
<b>Imagen 13.</b> <i>Pregunta No.12</i> .....	74
<b>Imagen 14.</b> <i>Pregunta No.13</i> .....	75
<b>Imagen 15.</b> <i>Pregunta No.14</i> .....	76
<b>Imagen 16.</b> <i>Pregunta No.15</i> .....	77
<b>Imagen 17.</b> <i>Pregunta 16</i> .....	79
<b>Imagen 18.</b> <i>Referencia de Tavo Montañez</i> .....	84
<b>Imagen 19.</b> <i>Referencia Juan Pablo Dellacha</i> .....	84
<b>Imagen 20.</b> <i>Referencia Mei Mei</i> .....	85

<b>Imagen 21.</b> <i>Tipo Helvetica Now Display - Extra Bold</i> .....	87
<b>Imagen 22.</b> <i>Tipo Helvetica Now Display - Extra Black</i> .....	87
<b>Imagen 23.</b> <i>Boceto sobre lesbianas</i> .....	90
<b>Imagen 24.</b> <i>Boceto sobre gays</i> .....	90
<b>Imagen 25.</b> <i>Boceto sobre bisexuales</i> .....	91
<b>Imagen 26.</b> <i>Boceto sobre transexuales</i> .....	91
<b>Imagen 27.</b> <i>Boceto sobre intersexuales</i> .....	92
<b>Imagen 28.</b> <i>Cartel para lesbianas</i> .....	93
<b>Imagen 29.</b> <i>Cartel para gays</i> .....	93
<b>Imagen 30.</b> <i>Cartel para bisexuales</i> .....	94
<b>Imagen 31.</b> <i>Cartel para transexuales</i> .....	94
<b>Imagen 32.</b> <i>Cartel para intersexuales</i> .....	95
<b>Imagen 33.</b> <i>Mockups del cartel de lesbianas</i> .....	96
<b>Imagen 34.</b> <i>Mockups de carteles de gays, bisexuales, transexuales</i> .....	96
<b>Imagen 35.</b> <i>Mockups de cartel de intersexuales</i> .....	97
<b>Imagen 36.</b> <i>Póster propagandístico de Aleksandr Mijáilovich Ródchenko</i> .....	108
<b>Imagen 37.</b> <i>Primer cartel político de la Revolución cubana. Eladio Rivadulla</i> .....	108
<b>Imagen 38.</b> <i>War and Peace (Part 1 &amp; Part 2) Mario Fuentes</i> .....	109
<b>Imagen 39.</b> <i>Derecho a Decidir   María Mercedes Salgado</i> .....	109
<b>Imagen 40.</b> <i>Cartel #1 comunidad transgénero y transexual Mónica Peláez</i> .....	110
<b>Imagen 41.</b> <i>Cartel # 2 comunidad gay Mónica Peláez</i> .....	110
<b>Imagen 42.</b> <i>Cartel # 3 comunidad gay Mónica Peláez</i> .....	111

<b>Imagen 43.</b> <i>Análisis del personaje Aitor Cardóne de la plataforma Netflix</i> .....	111
<b>Imagen 44.</b> <i>Matriz de análisis de reportaje Ricardo Baldeon</i> .....	112
<b>Imagen 45.</b> <i>Cromática del ahorro de tiempo y el almacenamiento de datos</i> .....	112
<b>Imagen 46.</b> <i>Cromática del uso de la tecnología y del beneficio recursos</i> .....	113
<b>Imagen 47.</b> <i>Adopción igualitaria y los derechos de las personas LGBTI</i> .....	113
<b>Imagen 48.</b> <i>Pruebas de visualización de diseño sobre la Cultura Oriental</i> .....	114
<b>Imagen 49.</b> <i>Malla modular y construcción de elementos</i> .....	115

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto técnico tuvo como objetivo desarrollar carteles ilustrados mediante los fundamentos de comunicación visual para promover la representación de la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato. La metodología del proyecto se basa en un enfoque cuali-cuantitativo, se realizó mediante entrevistas a expertos en diseño y miembros de la fundación Visión y Diversidad; y cuantitativa, a través de una encuesta estructurada dentro de la población objetivo entre 18 a 24 años en Ambato.

La convergencia de estos métodos permite la triangulación de datos, fortaleciendo la validez y confiabilidad de los resultados. La creación de carteles ilustrados se basa en mensajes específicos para cada subgrupo de la comunidad LGBTI, como lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersexuales. Cada diseño se sustenta en mensajes positivos y referencias culturales relevantes, buscando empoderar y generar una representación de autenticidad a cada grupo.

Las conclusiones destacan que estos diseños son pasos positivos, pero se enfatiza la necesidad de mejorar la representación y visibilidad. Las recomendaciones incluyen el apoyo continuo a organizaciones locales y la realización de campañas de sensibilización para contribuir a un cambio positivo en la percepción y aceptación de la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato.

Además, se destaca la importancia de la educación y la sensibilización en la sociedad ambateña para fomentar la inclusión y el respeto hacia la diversidad de género y orientación sexual. Este proyecto representa un paso significativo hacia la creación de un entorno más inclusivo y equitativo en la ciudad de Ambato e incluso sus alrededores.

**PALABRAS CLAVE: CARTELES ILUSTRADOS, DISEÑO GRÁFICO, REPRESENTACIÓN LGBTI, AMBATO**

## **ABSTRACT**

The present technical project aimed to develop illustrated posters using the principles of visual communication to promote the representation of the LGBTI community in the city of Ambato. The project methodology is based on a qualitative-quantitative approach, conducted through interviews with design experts and members of the Vision and Diversity foundation; and quantitative, through a structured survey within the target population aged 18 to 24 in Ambato.

The convergence of these methods allows for data triangulation, strengthening the validity and reliability of the results. The creation of illustrated posters is based on specific messages for each subgroup of the LGBTI community, such as lesbians, gays, bisexuals, trans, and intersex individuals. Each design is grounded in positive messages and relevant cultural references, aiming to empower and authentically represent each group.

The conclusions highlight that these designs are positive steps, but emphasize the need to improve representation and visibility. Recommendations include ongoing support for local organizations and the implementation of awareness campaigns to contribute to a positive change in the perception and acceptance of the LGBTI community in the city of Ambato.

In addition, the importance of education and awareness in Ambato society is highlighted to promote inclusion and respect for gender diversity and sexual orientation. This project represents a significant step towards creating a more inclusive and equitable environment in the city of Ambato and even its surroundings.

**KEY WORDS: ILLUSTRATED POSTERS, GRAPHIC DESIGN, LGBTI REPRESENTATION, AMBATO**

## INTRODUCCIÓN

El diseño de carteles ilustrados ha desempeñado un papel crucial a lo largo de la historia como medio de expresión, protesta y promoción. En el contexto de la ciudad de Ambato, Ecuador, esta herramienta adquiere una dimensión especial al ser utilizada para representar la diversidad y las experiencias de la comunidad LGBTI. Este proyecto se sumerge en la exploración del diseño de carteles ilustrados como una forma de dar voz y visibilidad a un grupo históricamente marginado.

El concepto de "cartel" se define como una lámina con inscripciones o figuras exhibida con fines informativos o publicitarios (STA, 2023). A lo largo del tiempo, los carteles han evolucionado, dando origen al "cartel social", una categoría que aborda temas relacionados con la sociedad y la protesta. En este contexto, el cartel social ecuatoriano ha emergido como una plataforma para la expresión de diversas problemáticas sociales, aunque hasta ahora ha faltado una representación significativa de la comunidad LGBTI.

La discriminación histórica contra la comunidad LGBTI se manifiesta a nivel global, con datos preocupantes que evidencian la persistencia de actos de violencia y discriminación. Ecuador no es una excepción, y las estadísticas revelan que, a pesar de algunos avances legales, la población LGBTI sigue enfrentando rechazo y violencia, tanto en ámbitos familiares como públicos (Freire, 2022).

En este contexto, la provincia de Tungurahua, y específicamente la ciudad de Ambato, ha experimentado iniciativas y eventos que buscan visibilizar y respaldar a la comunidad LGBTI. Desde acciones como "Un beso por la diversidad" hasta el compromiso sostenido de la "Organización Visión y Diversidad", se ha marcado un camino hacia la aceptación y respeto de los derechos de esta comunidad en la ciudad (La Hora, 2016; Fundación Visión y Diversidad, 2013).

Este proyecto se propone explorar la creación de carteles ilustrados como una herramienta visual y comunicativa para representar las realidades, luchas y logros de la comunidad LGBTI en Ambato. Al abordar el diseño de carteles desde una perspectiva inclusiva, se busca contribuir a la construcción de una narrativa visual que fomente la comprensión, empatía y apoyo hacia la diversidad sexual y de género en la ciudad.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1. Tema

Diseño de carteles ilustrados como herramienta para la representación de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato.

### 1.2. Planteamiento del problema

Como primer punto es pertinente conceptualizar el término “cartel” para el desenvolvimiento de esta contextualización. La (STA, 2023) lo define como la “Lámina en la que hay inscripciones o figuras y se exhibe con fines informativos o publicitarios”. Lo que quiere decir que el cartel funciona como un medio que permite transmitir un mensaje cuya intencionalidad se describe mediante el enfoque que se atribuya al mismo. Aun así, su objetivo primordial a rasgos generales es el de informar ya sea para uso público como indicaciones o prohibiciones, promocionar productos, servicios o como un medio de protesta (Enciclopedia Humanidades 2023). Dentro de la protesta y los cambios ocurridos a mitad del siglo XX aparece el cartel ideológico y de denuncia, cuyos ejemplos más conocidos son los carteles de la revolución rusa y la revolución cubana adjunta en el apartado de anexos (imagen 1 y 2) ambos planteados en base a un modelo ideológico con fines políticos y propagandísticos. Aquellos carteles que apelaban a la revolución cubana fueron precursores del cartel social latinoamericano cuya presencia se dio en países como México, República Dominicana, Cuba, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador y Venezuela (Elías, 2020, p. 227).

En si el “cartel social” es una de las diferentes categorías que pueden ser abordadas y es necesario poder contextualizarlo. Durán, como se citó en (Anrango & Siguencia, 2021) describe al cartel social como aquel que evidencia las situaciones existentes en el mundo y su percepción cambia en relación al mensaje ya que al ser vistos como positivos incentivan unirse a una causa en específico, y al contrario utilizar el cartel para la condena de acciones que vulneren la integridad, principios o valores. Este tipo de cartel puede verse empleado como una herramienta de apoyo a grupos específicos o como una de protesta contra actos que resulten transgresores hacia los mismos grupos.

La presencia de cartel social ecuatoriano se ha hecho notar a través de las “Bienales de Cartelismo y Diseño” donde resaltan los trabajos de Mario Fuentes y María Mercedes Salgado adjunta en el apartado de anexos (imagen 3 y 4), que evidencian los contrastes entre paz / guerra y el derecho de decisión respectivamente (Jarrín, Godoy, y Ortiz 2017).Lo cual presenta la necesidad de expresión y voz sobre temas de índole social y grupos marginados, aunque no exista un archivo que recopile carteles relacionados con la comunidad LGBTI.

(Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), 2018)plantea una serie de definiciones para cada letra de la comunidad LGBTI:

La L corresponde a las mujeres lesbianas, es decir a aquellas mujeres que su orientación sexual es homosexual; la G corresponde a los hombres gay, es decir, a aquellos hombres cuya orientación sexual es homosexual. La letra B, corresponde al grupo de mujeres y hombres bisexuales, para quienes su orientación sexual está dirigida tanto a hombres como a mujeres. La letra T hace referencia al grupo de personas transgeneristas (travestis, transformistas y transexuales) cuya identidad de género no corresponde a su sexo biológico. Por último, la letra I corresponde a las personas intersexuales, es decir a aquellos seres humanos que por su condición biológica no pueden ser clasificados dentro de la construcción Hombre-Mujer.

En general se contemplan las personas que se encuentren fuera de una orientación sexual heterosexual o poseen una identidad de género no normativa.

De forma histórica esta comunidad ha sido objeto de discriminación y represión a nivel de sociedad con mencionar que aún existen 72 países que criminalizan las relaciones entre personas del mismo sexo y 20 de ellos mantienen cadenas criminales que van de los 10 años a perpetuas. También establece que en la mayor parte de países aun no existen prohibiciones en relación a “terapias de conversión” no consensuadas y aunque ya ha existido un desarrollo en relación a leyes contra discriminación por orientación sexual, aun no se establecen aquellas que vean por la identidad de género (Vázquez, 2021).

(Freire, 2022, p. 7)describe datos importantes en relación a la situación de personas LGBTI en Ecuador:

La población LGBTI sigue sufriendo discriminación y violencia basada en prejuicio; esto se ve reflejado en la única estadística oficial del Estado ecuatoriano con la población de la diversidad sexual y de género, que es el Estudio de caso realizado en 2013 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (en adelante INEC), en el que se reporta que en el espacio familiar la población LGBTIQ+ sufre algún tipo de rechazo en un 65.9% y violencia en un 61.4%, puesto que la población LGBTIQ+ sufre discriminación en espacios privados en un 50.5% y en públicos un 55.8%.

Estas cifras evidencian la persistencia de actos de violencia y discriminación en contextos concretos del país.

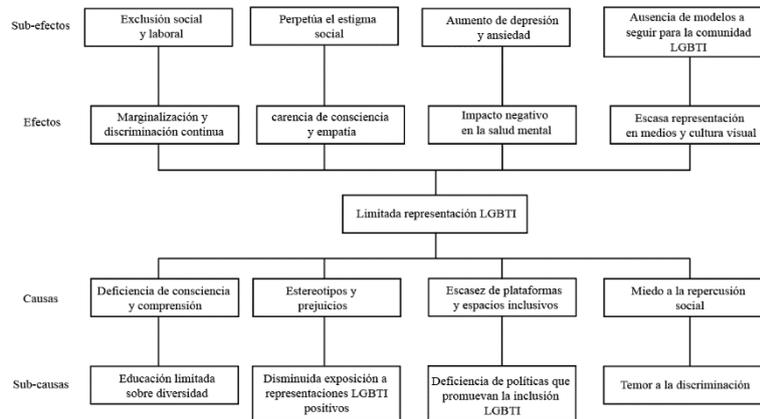
Por otro lado se encontró que mediante una encuesta dividida entre Quito y Guayaquil los ecuatorianos mostraron interés e iniciativa en involucrarse con la comunidad LGBTI en señal de apoyo con un 25% de personas que hablaron en contra de alguien que tenía prejuicios, 21% compartieron en redes contenido apoyando a la comunidad, 20% visitaron lugares y clubes al que acuden personas LGBTI, 15% asistieron a algún evento público en apoyo; como marchas del orgullo, 11% asistieron a una boda de una pareja del mismo sexo (Orbe, 2023). Estas cifras más actuales permiten tener una visión más contemporánea de la postura que toma público general en relación a la comunidad LGBTI.

A nivel provincia de Tungurahua en específico la ciudad de Ambato se han desarrollado acciones que visibilizan a los miembros de la comunidad como es el caso de “Un beso por la diversidad” una programación desarrollada en 2016 que invitó a los miembros de la comunidad a unirse en el parque Cevallos con el fin de alzar la voz a favor del respeto y libertad (La Hora, 2016). Marcando un precedente en lo que a visibilidad se refiere y permitiendo apertura a la conversación que ha persistido hasta la actualidad.

Dentro del precedente también a nivel de ciudad la “Organización Visión y Diversidad” que desde su origen en 2013 han participado en la lucha por el respeto y reconocimiento de derechos de las personas LGBTI de la ciudad de Ambato además de generar acompañamiento hacia personas que han sido discriminadas en entornos familiares, laborales y académicos. También ha promovido actividades como el “Desfile

por la diversidad” y festivales culturales que incluyen a miembros de la comunidad LGBTI (Fundación Visión y Diversidad, 2013).

### 1.3. Árbol de problemas



*Gráfico 1.* Árbol de problemas

### 1.4. Justificación

La necesidad de estudiar el tema planteado nace de la limitada representación que existe de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato lo cual provoca su invisibilización dentro del contexto social que perpetúa los actos de discriminación y violencia, por ello se considera relevante examinar la situación actual de la comunidad y desde ahí plantear posibles soluciones implementando el diseño gráfico como estrategia para impulsar la representación y presencia de la comunidad LGBTI.

La propuesta de este proyecto nace de la necesidad de un medio adecuado donde se exprese la voz de la comunidad LGBTI en la ciudad, también basándose en identificar el origen y causas de la limitada representación de este grupo, causando interés y la importancia del conocimiento en el público objetivo lo cual contribuya a una mayor aceptación y comprensión sobre disidencias sexuales.

El proyecto busca plantear un estilo específico de cartel que aportará en la representación de la comunidad LGBTI sirviendo como estrategia informativa y de apoyo en el reconocimiento de tanto sus derechos como su dignificación en sociedad. Además,

considerando la limitada cantidad de material gráfico que identifique a este grupo dentro de la ciudad, esta investigación busca comunicar los conocimientos del tema sin perder el enfoque en el empleo de un estilo de ilustración y línea gráfica que aporte a su comprensión.

## **1.5. Objetivo**

### ***1.5.1. Objetivo general***

Desarrollar carteles ilustrados a través de los fundamentos de comunicación visual para promover la representación de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato.

### ***1.5.2. Objetivos específicos***

- Identificar la situación de representación y visibilidad de la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato a través de herramientas cuantitativas para conocer el contexto actual.
- Analizar los fundamentos de comunicación visual a través de investigación bibliográfica documental para aplicarlos en las propuestas pertinentes.
- Proponer una serie de carteles basados en el análisis de datos recopilados, que incorpore de manera efectiva elementos representativos de la diversidad y valores de la comunidad LGBTI, con el fin de promover la inclusión y conciencia social.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Estado de la cuestión

Para el desarrollo de este proyecto se toman como referentes distintas investigaciones previas que recopilan y aportan conocimiento en relación con la representación de la comunidad LGBTI, cartel social y otros recursos informativos.

Como referencia se ha planteado el trabajo de grado “El cartel como medio para la visibilización de la diversidad de los individuos, caso: Comunidad LGBTIQ+ en el municipio de Tuluá, Valle” (Girón, 2022) el trabajo brinda información sobre el cartel social como medio para visibilizar la diversidad de la comunidad LGBTIQ+ con el propósito de evidenciar la problemática social del acoso callejero y la discriminación, que afecta en gran parte a la comunidad del municipio de Tuluá, se realizó entrevistas con el fin de identificar posibles situaciones de acoso callejero y discriminación en los espacios públicos del municipio. Se aplicó la metodología de Design Thinking como base para el desarrollo y materialización del diseño de una serie de carteles de carácter social. Las representaciones visuales que se muestran en los carteles corresponden a un concepto gráfico, basado en investigaciones preliminares a partir de los insights. Los carteles funcionan como medio para transmitir un mensaje masivo de sensibilización a las transeúntes, en este caso el de no acoso callejero y discriminación, también una forma de inculcar el respeto y sobre todo la aceptación de la comunidad LGBTIQ+, como podemos visualizar en la imagen 5 que representa a la comunidad transgénero y transexual, además en el apartado de anexos podemos visualizar la imagen 6 y 7 que representa a la comunidad gay, donde los carteles se convierten en una forma de educar a las personas, teniendo su impacto siempre y cuando tenga un mensaje directo y elaborado.

Otra de las investigaciones referentes a estudios para la comunidad LGBTI+ que nos permiten la elaboración de este proyecto se titula “El derecho de las personas LGBTI a tener derechos” (Trujillo Hinojosa, 2023), el cual es un trabajo de titulación que trata sobre la discriminación de miembros de una minoría que reciben un trato diferente a la de los miembros de un grupo mayoritario. En el caso de la comunidad LGBTI, la historia ha sido testigo de diferentes escenarios discriminatorios contra dicha comunidad. La

discriminación y el rechazo persisten a pesar del reconocimiento de los derechos de la comunidad LGBTI, y esta no permite que la sociedad apoye los derechos de la comunidad LGBTI debido al desconocimiento, por razones religiosas, de ideología, entre otros factores. Esta investigación determinó las características sociodemográficas y socioeconómicas de las personas que apoyan dos derechos fundamentales de la comunidad LGBTI: matrimonio y desempeño de cargos públicos en Ecuador. Los resultados sugirieron que la clave para reducir la discriminación es el nivel de educación que una persona posee, referente a lo expuesto en este presente trabajo (Trujillo Hinojosa, 2023).

Dentro del artículo sobre el “Modelo de representación de personajes LGBTI+ en contenidos audiovisuales” (Palomino & Vázquez, 2022), es un artículo que propone y valida un modelo de representación de personajes del colectivo LGBTI+ en contenidos audiovisuales, el cual sirve de herramienta para que los generadores de contenidos puedan plantear personajes apegados a la realidad de este grupo poblacional y adecuados en su representación. Adicionalmente, hace una validación de este modelo considerando su implementación en una muestra de contenidos originales de la plataforma streaming Netflix como se puede visualizar en la sección de anexos la imagen 8. Donde se identifica que a pesar de que exista mayor presencia de personajes LGBTI+ en los medios de comunicación, la representación sigue siendo sesgada y estereotipada, lo que justifica la necesidad de herramientas como la que el presente artículo propone (Palomino & Vázquez, 2022).

Se utilizó información obtenida del trabajo de titulación sobre la “Representación de la comunidad LGBTI en el discurso de los medios impresos de Riobamba año 2020”(Baldeon, 2021), aborda la representación de la comunidad LGBTI, en los discursos empleados en los medios impresos Los Andes y La Prensa de Riobamba, año 2020, tomando en cuenta que la representación de este colectivo se ha visto afectado por diversas violaciones a sus derechos, discriminación o estereotipos generados por la falta de educación y la no utilización de un lenguaje adecuado. Donde se aplicó entrevistas a especialistas de la comunidad LGBTI, que permitió descubrir cómo se han construido los mensajes en los diferentes medios impresos de Riobamba y con los resultados se realizó un producto comunicacional expresado en matrices de análisis como la adjuntada en la

imagen 9 en el apartado de anexos, que consta de cinco videos de corta duración para la plataforma TIK TOK, donde se aborda el tema la representación de la comunidad LGBTI.

De la misma forma, se utiliza información proporcionada que nos permita analizar y determinar factores relacionados con el diseño de carteles sociales que nos encamine en la elaboración de este proyecto integrador.

Una referencia es el artículo sobre “El cartel, desde el aula para la sociedad”(Arias et al., 2019), que trata sobre los procesos de enseñanza aprendizaje del Diseño Gráfico, se enmarcan en diversas vertientes visuales para resolver problemas que la sociedad actual demanda. Una de esas vertientes a tratar es el cartel, y cómo el educando y docente, gestionan un análisis específico en sinergia, sobre el comportamiento que éste adquiere para emitir un mensaje. En la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, se realizaron dos workshops experimentales sobre lenguaje gráfico y técnicas de comunicación visual, con el fin de desarrollar el nivel compositivo del educando y a su vez, evolucionar los conocimientos sobre la funcionalidad del cartel, desde la perspectiva no sólo conceptual, sino también estratégica para resolución de problemas gráficos. Los conocimientos relacionados con la composición visual de un cartel o para algún tipo de pieza gráfica, esto hace que tanto teorías como prácticas sean superficiales ya sea por factores como; limitado contacto con talleres sobre composición visual, y bajo nivel de interacción entre educando y docente. Si bien es cierto un docente no puede abordar todas las dificultades que un estudiante presenta, sin embargo, puede abarcar las necesarias desde la interacción con la praxis experimental. Asimismo, el educando no podrá adquirir toda la información relacionada con el diseño y composición en un solo semestre, pero si logrará establecer las técnicas adecuadas para resolver problemas a menor o gran escala visual.

Una referencia de alto nivel sería la desarrollada por (Flores, 2021) sobre “Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual”, que brindo los beneficios de la educación en la modalidad virtual mediante carteles normativos orientados a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira. Esta modalidad de estudio fue la única manera de evitar la pérdida de año de los estudiantes por el cierre de las instituciones educativas en todos sus niveles por efecto de la pandemia coronavirus

COVID-19. La educación en el nivel medio es absolutamente presencial, por lo que esta modalidad de estudio virtual, educarse en casa, tuvo un periodo de adaptación por los cambios drástico que se suscitaron. Los carteles normativos que son un medio para comunicar algo de acuerdo al contexto donde se utilice, fueron diseñados para motivar a los estudiantes a aprender en línea por los beneficios demostrados como se pueden visualizar en la imagen 10 y 11 del apartado anexos. El resultado que se destaca son los carteles que se diseñaron para promocionar los beneficios de la educación en la modalidad de estudio virtual.

Se referencia el trabajo de titulación sobre “Percepción y representación de la comunidad LGBTI en la sociedad” (Henríquez & Díaz, 2019), analiza diferentes problemáticas con el fin de identificar el panorama de la población LGBTI en la sociedad, desde la comunicación social y la inclusión en políticas públicas. Se establece además un paradigma interpretativo a través del análisis crítico del discurso siendo este un factor transcendental para transmitir hechos noticiosos. Con ello se aborda la investigación de una realidad social en el contexto nacional y regional, se evidencia la descripción y caracterización de la percepción en 2018 de las personas entre los 18 y los 65 años que residen en el municipio de Girón, Colombia, respecto a la diversidad sexual en la comunidad LGBTI. Asimismo, se sintetiza el contexto de la población LGBTI en el que se perciben evoluciones de tipo social y cultural como se puede visualizar en la imagen 12, impulsados por los diferentes movimientos de esa comunidad a lo largo de la historia y que en la actualidad son protegidos por algunas políticas públicas.

Se referencia el trabajo sobre “Cartelismo Ecuatoriano” de (Jarrín et al., 2017) que trata sobre la recopilación de cerca de 50 carteles realizados por más de 20 diseñadores gráficos ecuatorianos seleccionados en determinadas categorías dentro de las ediciones de las siguientes bienales internacionales: Bienal Internacional del Cartel en México (BICM), Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) y la Bienal del Cartel Bolivia o BiCeBé durante los años 2006 hasta el año 2015, siendo de esta manera una muestra del Diseño Gráfico ecuatoriano y en específico una muestra de la evolución del Cartelismo ecuatoriano durante los pasados 10 años, que nos entrega una inspiración como se visualiza en las imágenes 3 y 4 de los anexos para el desarrollo de nuestro trabajo integrador.

Finalmente, se referencia el trabajo de titulación sobre el “Diseño de carteles como estrategia de difusión de la Cultura Oriental en el contexto riobambeño” de (Chen et al.,

2019), que analiza el desconocimiento de la cultura oriental por parte de la mayoría de la población riobambeña, puesto que no existen materiales gráficos, visuales o de diseño, que aporten a la sociedad con información de manera clara y eficiente. Son escasos los materiales de aprendizaje. Por esta razón se diseñó carteles como estrategia de difusión de la cultura oriental en el contexto riobambeño de esa forma identificar cuáles son los referentes teóricos y metodológicos que justifican la pertinencia y necesidad de difundir aquella cultura y de esta forma poder determinar los requerimientos o componentes que deben reunir los carteles para difundir dicha cultura y tener la factibilidad de conocer todo relacionado a lo oriental como se puede concebir en la imagen 13 en el apartado de anexos. Debido al poco conocimiento de su lengua, escritura y simbología es escaso el poder encontrar y entender carteles que difundan estas culturas cuando no se posee un adecuado conocimiento sobre los significados que encierra cada uno de los carteles como los presentados.

## **2.2. Enfoque social del diseño**

El enfoque de diseño social va pretender incidir significativamente en la comprensión y percepción de la diversidad de género en la sociedad específicamente en la ciudad de Ambato. El diseño de carteles no se limita a la estética visual, sino que se convierte en un medio para promover la inclusión y la igualdad. Donde el proceso creativo se centrará en capturar la rica diversidad y experiencias de la comunidad LGBTI a través de colores, formas y símbolos que reflejen las diversas identidades y experiencias de personas que pertenezcan a esta comunidad y se radiquen en la ciudad de Ambato.

Además, el enfoque social implicará una investigación profunda y la colaboración con miembros de la comunidad LGBTI de Ambato, donde intervendrá directamente la “Fundación Visión y Diversidad”, que nos permitirá incluir sus voces y perspectivas en la etapa de diseño garantizando la autenticidad y la representación precisa del cartel.

El objetivo no sólo es transmitir un mensaje visualmente atractivo, sino también crear un diálogo con la audiencia y promover la comprensión y la empatía hacia las experiencias de las personas LGBTI. Se debe tener presente que la accesibilidad también juega un papel crucial en el enfoque social de diseño. Los carteles deben ser diseñados de manera que sean comprensibles y atractivos para diversos grupos demográficos, promoviendo así una mayor conciencia y aceptación en la sociedad. La campaña visual

resultante no solo busca visibilizar la realidad de la comunidad LGBTI en Ambato, sino también provocar reflexiones y conversaciones constructivas sobre la importancia de la diversidad y la igualdad en la ciudad.

### 2.3. Marco legal

En 2008, se revisó la Constitución y se forma un Estado Constitucional de Derechos y Justicia. Esta es la etapa superior de la sociedad jurídica, que ofrece una imagen amplia del gobierno que cumple la ley y enfatiza el respeto por los derechos y la protección de las personas. No es el Estado lo que importa, sino la persona, no son las obligaciones sino los derechos de una persona que tiene la capacidad de influir en el comportamiento de los demás. Desde un punto de vista metodológico, las implicaciones teóricas de esta comprensión significan que la sociedad y la política comienzan con el pueblo, no con el Estado; desde un concepto ontológico que reconoce la autonomía de individuos o grupos; y desde una visión ética la persona es un ente moral e irreductible (Equidad, 2013).

En este sentido se incrementaron derechos que han venido a ser una gran herramienta jurídica en defensa de la comunidad LGBTI. En el artículo 11 de la Constitución del Ecuador, se establecen los principios de aplicación a los derechos y en concreto en el numeral 2.

**Art. 11.-** Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

El artículo 11 numeral 2 establece el principio de igualdad y no discriminación. Respalda la importancia de representar de manera inclusiva a la comunidad LGBTI en proyectos, destacando la necesidad de combatir la discriminación por orientación sexual e identidad de género.

El artículo 17 de la Constitución del Ecuador aborda el fomento de la pluralidad y diversidad en la comunicación, así como la facilitación de la creación y fortalecimiento de medios de comunicación.

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

**2.** Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

La promoción de la pluralidad y diversidad en la comunicación puede contribuir indirectamente a la defensa de los derechos de la comunidad LGBTI concretamente como se evidencia en el artículo 17 en el inciso 2. La inclusión de la diversidad implica el reconocimiento y respeto a diferentes perspectivas, identidades y realidades, incluyendo aquellas relacionadas con la orientación sexual y la identidad de género, que serán un respaldo para el diseño de carteles enfocados en la comunidad LGBTI.

Además, se deben considerar artículos enfocados a la protección de la diversidad e igualdad, como en el artículo 341 de la Constitución del Ecuador aborda la protección integral de los habitantes del país a lo largo de sus vidas, con un enfoque en la igualdad en la diversidad y la no discriminación.

**Art. 341.-** El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión,

discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

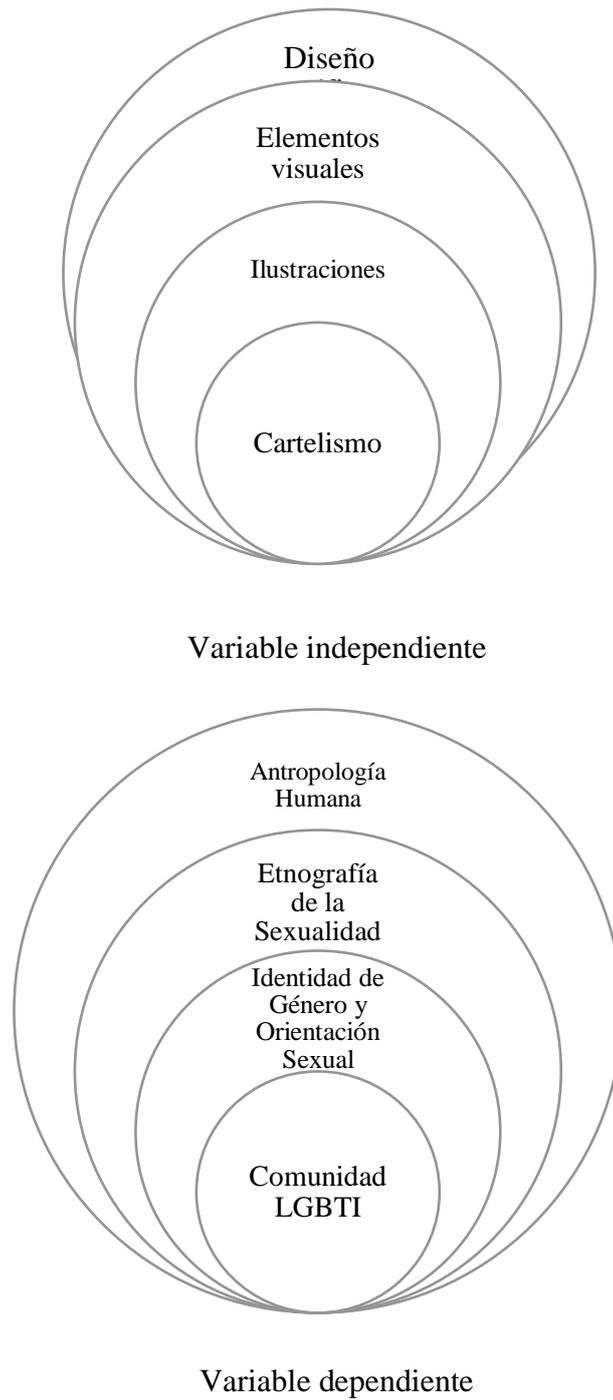
Este artículo 341, proporciona una base sólida en favor de la defensa de los derechos de la comunidad LGBTI. Proporcionando un marco legal para abordar las desigualdades y la discriminación que enfrenta la comunidad LGBTI en Ecuador.

Finalmente, se tiene el artículo 384 que establece la obligación del Estado de promover el respeto y ejercicio de la libertad de expresión enfocado a la participación de la ciudadanía.

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

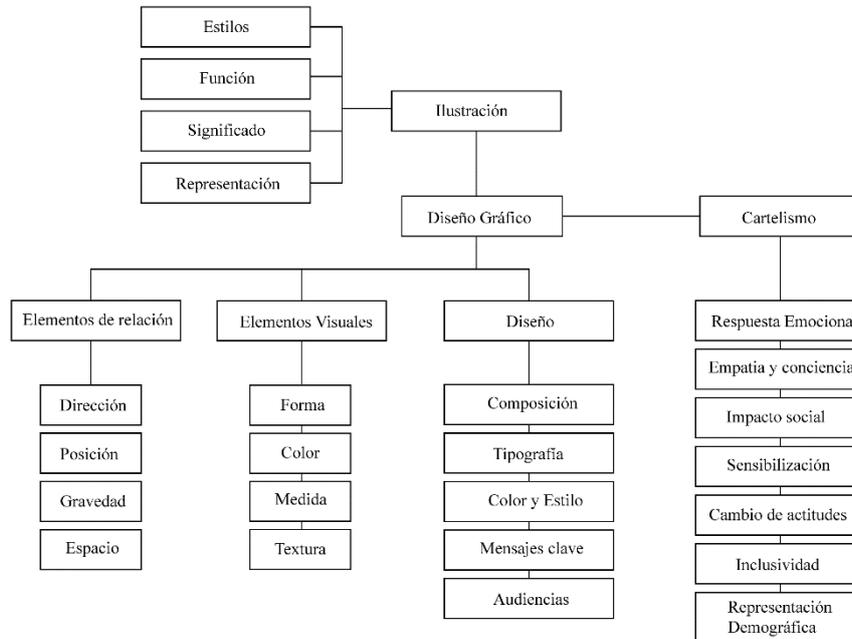
Este artículo contribuye a la promoción de los derechos humanos y la igualdad, enfocados en la promoción de la libertad de expresión que permitirá expresar un mensaje.

## 2.4. Categorías Fundamentales

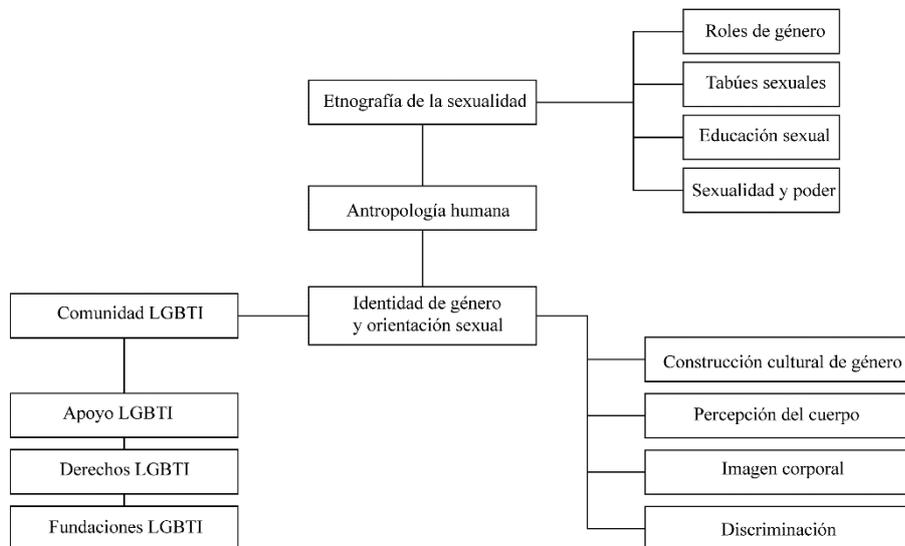


**Gráfico 2.** Categorías fundamentales

## 2.5. Redes Conceptuales



*Gráfico 3. Red conceptual variable independiente*



*Gráfico 4. Red conceptual variable dependiente*

## **2.6. Marco conceptual**

### **2.6.1. Diseño gráfico**

El área del diseño que se encarga de crear y organizar mensajes visuales por medio de sistemas comunicacionales es el diseño gráfico. Como lo menciona (Giménez, 2021) en su trabajo titulado “Análisis de la identidad nacional y la educación ciudadana de los jóvenes a través de la enseñanza y difusión de valores espirituales, morales, sociales, culturales y cívicos que garanticen su desarrollo integral” cuya definición del diseño gráfico es comunicar de manera eficiente un mensaje previamente establecido por medio de elementos gráficos tales como signos, símbolos e imágenes a un receptor particular también previamente establecido. Este mensaje se puede enviar a través de diferentes medios: impresos, visuales, auditivos y multimedia.

### **2.6.2. Elementos Visuales**

Brindan una conceptualización clara, directa y eficaz a la imagen visual que tienen un propósito de comunicación entre emisor y receptor ayudando a que la información no se distorsione, para efectivizar este proceso se utilizan diferentes elementos como:

**Forma:** Es la figura general o exterior de un objeto que se construye en base a un contorno o silueta donde existen formas bidimensionales y tridimensionales.

**Color:** El color es una estimulación del ojo que se da por la percepción de la luz, que a un diseñador le facilita la transmisión de ideas.

**Medida:** La medida se define con que tan pequeñas o grandes sean los objetos, esto puede influir en el peso que se le brinda a un objeto.

**Textura:** Con estos elementos percibimos los objetos de una forma visual pero también táctil que se clasifican en naturales y artificiales y a su vez el textura táctil y visual (Wong, 2011).

### **2.6.3. Elementos de Relación**

**Dirección:** La dirección depende de la perspectiva y posición en relación con las otras formas y al espacio que rodea, creando así una perspectiva diferente incluso en base al espectador.

**Posición:** El punto de vista en base a la posición de un elemento varía entorno al plano de la imagen.

**Espacio:** Todas las formas toman posesión en el espacio que también varía con respecto a la perspectiva, el espacio es una ilusión de la realidad que puede crear efectos como profundidad, tamaño, contraste, alejamiento.

**Gravedad:** La gravedad se puede representar con un solo objeto o varios, creando una interacción entre ellos, brindando características como estabilidad, inestabilidad, pesadez o ligereza (Vergara Zurita et al., 2020, pp. 311–319).

#### ***2.6.4. Diseño***

A partir del trabajo “Fundamentos del diseño Wucius Wong” de (Wong, 2011), se define el diseño como un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas.

En contraste, el trabajo de (Chaves, 2006) sobre “Qué era, qué es y qué no es el diseño” se define al diseño como la acción que sirve a todo tipo de necesidad y ello implica una espectacular diversificación cultural, estilística y, ni qué decir, ética. Las manifestaciones reales sólo tienen una cosa en común, ser la fase en que se definen todas las características de un nuevo producto, su forma de distribución y uso, antes de iniciarse el proceso de producción material.

#### ***2.6.5. Composición***

La composición se refiere a la disposición y organización visual de todos los elementos gráficos y textuales en el espacio del cartel. Una buena composición es esencial para lograr un diseño efectivo y atractivo. Involucra decisiones sobre cómo colocar imágenes, texto, colores y otros elementos visuales para transmitir el mensaje de manera clara y estéticamente agradable.

Los principios de composición en el diseño de carteles incluyen aspectos como el equilibrio, la alineación, la proporción, la jerarquía visual y el contraste. La disposición adecuada de estos elementos contribuye a la legibilidad, el impacto visual y la transmisión efectiva del mensaje que se desea comunicar a través del cartel. Además, la composición

también puede ser utilizada para dirigir la atención del espectador hacia información específica o resaltar elementos clave del diseño (Arnheim, 2001).

#### **2.6.6. Tipografía**

La tipografía se refiere al arte y técnica de seleccionar y disponer tipos (letras) con el objetivo de transmitir un mensaje de manera legible y estéticamente agradable. Incluye el diseño de caracteres, su estilo, tamaño, espaciado y distribución en una página o pantalla. La tipografía desempeña un papel crucial en la comunicación visual y puede influir en la percepción y comprensión del contenido (Alcázar, 2014).

#### **2.6.7. Color y Estilo**

El color es una propiedad visual que se percibe en objetos debido a la manera en que la luz es reflejada, absorbida o transmitida por ellos, así lo define (Vergara Zurita et al., 2020) en su trabajo “The Elements of visual language and its impact on design”. En el contexto de diseño y arte, el color es una herramienta fundamental para transmitir emociones, crear contrastes y comunicar mensajes visuales. Puede describirse en términos de tono, saturación y luminosidad, y su comprensión es esencial en disciplinas como el diseño gráfico, la pintura, la moda y otras formas de expresión visual.

El estilo se refiere a la forma distintiva o característica en la que se ejecuta o presenta algo, como lo define (Vergara Zurita et al., 2020). En el diseño, el arte, la moda y otras áreas creativas, el estilo implica una combinación única de elementos visuales, técnicas o rasgos que identifican y diferencian una obra o producto. Puede incluir aspectos como la elección de formas, patrones, colores, texturas y otros elementos que definen la estética particular de una creación. El estilo es una expresión individual o colectiva que contribuye a la identidad y reconocimiento de una obra o marca.

#### **2.6.8. Mensajes Claves**

Los mensajes clave son las ideas o información central que se busca comunicar de manera destacada y efectiva en un discurso, presentación, campaña publicitaria, o cualquier forma de comunicación. Estos mensajes representan la esencia de lo que se quiere transmitir y están diseñados para ser recordados y comprendidos fácilmente por la

audiencia. Al desarrollar mensajes clave, se busca destacar los puntos más importantes y persuasivos que se desean comunicar (Moschini, 2012).

### **2.6.9. Audiencias**

En el contexto de la comunicación y los medios, una audiencia se refiere al grupo de personas que reciben y consumen un mensaje, ya sea a través de medios de comunicación masiva, presentaciones en vivo, contenido en línea u otras formas de transmisión de información como se encuentra definido en el trabajo de (Rincón, 2008) titulado “No más audiencias, todos devenimos productores”. La audiencia puede variar en tamaño y características demográficas, y puede ser general o específica según el objetivo del comunicador. Entender la audiencia es esencial para adaptar y personalizar eficazmente los mensajes. Esto implica considerar factores como la edad, el género, la ubicación geográfica, los intereses y las preferencias culturales de la audiencia para asegurar que el mensaje sea relevante y resuene con quienes lo reciben. En marketing, publicidad, y campos similares, la identificación y comprensión de la audiencia son clave para el éxito de las estrategias de comunicación.

### **2.6.10. Ilustraciones**

Las ilustraciones son representaciones visuales que acompañan o complementan un texto, concepto o idea, como se contempla en el trabajo “¿Qué es la Ilustración?” de (Kant, 2009). Este tipo de representaciones pueden adoptar diversas formas, como dibujos, pinturas, gráficos, fotografías, esquemas o cualquier otro medio visual que sirva para aclarar o embellecer la información presentada. Las ilustraciones son comúnmente utilizadas en libros, revistas, sitios web, presentaciones y otros medios para mejorar la comprensión y el atractivo visual de la comunicación.

### **2.6.11. Función**

Como lo define (Azcarate Gimenez & Deulofeu Piquet, 1990) en su trabajo “Funciones y gráficas” la función en el diseño no se limita solo a la utilidad práctica, sino que también abarca la experiencia del usuario, la eficiencia, la ergonomía y otros aspectos que afectan la interacción entre el usuario y el diseño. Una buena función de diseño implica no solo satisfacer las necesidades básicas o funcionales de los usuarios, sino

también proporcionar una experiencia positiva y eficiente la accesibilidad y la capacidad de respuesta en diferentes dispositivos.

#### ***2.6.12. Estilo***

El estilo se refiere a la forma distintiva o característica en la que se ejecuta o presenta algo, como lo define (Vergara Zurita et al., 2020). En el diseño, el arte, la moda y otras áreas creativas, el estilo implica una combinación única de elementos visuales, técnicas o rasgos que identifican y diferencian una obra o producto. Puede incluir aspectos como la elección de formas, patrones, colores, texturas y otros elementos que definen la estética particular de una creación. El estilo es una expresión individual o colectiva que contribuye a la identidad y reconocimiento de una obra o marca.

#### ***2.6.13. Representación***

La representación en el campo del diseño gráfico se refiere a la manera en que se presenta visualmente una idea, concepto o mensaje a través de elementos gráficos. La representación implica la selección y manipulación de formas, colores, tipografías, imágenes y otros elementos visuales para comunicar de manera efectiva la información deseada.

La representación en el diseño gráfico abarca una amplia gama de medios, desde la creación de logotipos y carteles hasta el diseño de interfaces digitales y la maquetación de publicaciones. La elección de cómo representar un concepto o mensaje es crucial para transmitir la intención del diseñador y para asegurar que el público objetivo comprenda la información de manera clara y atractiva (Hall, 1997).

#### ***2.6.14. Significado***

Significado se refiere a la carga conceptual o mensaje inherente que se transmite a través de un elemento visual, ya sea un logotipo, una imagen, una interfaz gráfica, o cualquier otro componente de diseño. El significado en diseño se construye a partir de la combinación de elementos visuales, como colores, formas, tipografías y composición, y cómo estos elementos se interpretan en el contexto de la marca, el mensaje o la experiencia que se desea comunicar. Un diseño efectivo busca transmitir un significado claro y coherente que resuene con el público objetivo. Esto implica una cuidadosa

consideración de los elementos visuales y su impacto psicológico, cultural y emocional. El significado en diseño no se limita solo a la estética, sino que también abarca la función y la usabilidad, ya que la forma en que se utiliza y se experimenta un diseño puede contribuir significativamente a su mensaje (James, 2011).

#### ***2.6.15. Representaciones***

Las representaciones se refieren al proceso de crear visualmente un cartel o póster con el objetivo de transmitir información, promover un evento, producto o servicio, o simplemente captar la atención del espectador. Este proceso implica la combinación de elementos visuales y textuales de manera creativa y efectiva para lograr un impacto visual y comunicativo (Soní Soto, 2022).

#### ***2.6.16. Cartelismo***

El cartelismo es una forma de comunicación visual que se utiliza para abordar cuestiones sociales, culturales o políticas con el objetivo de generar conciencia, promover el cambio o fomentar la reflexión en la sociedad. Como se visualiza en el trabajo de (Vergara Leyton et al., 2014) titulado “La gráfica como artefacto cultural. Una aproximación semiótica al cartel social en Chile”. Donde estos carteles a menudo emplean elementos visuales y textuales de manera impactante para transmitir mensajes relacionados con temas como derechos humanos, justicia social, igualdad de género, medio ambiente o cualquier otra problemática que afecte a la comunidad. La efectividad del cartelismo radica en su capacidad para provocar una respuesta emocional y, al mismo tiempo, transmitir información clave de manera clara y memorable, contribuyendo así a la sensibilización y al diálogo en torno a cuestiones importantes.

#### ***2.6.17. Respuesta emocional***

Una respuesta emocional enfocada al diseño se refiere a la capacidad de un diseño, ya sea gráfico, visual o de productos, para evocar y generar emociones específicas en quienes lo experimentan. En el contexto del diseño gráfico, la elección de colores, imágenes, tipografías y disposición de elementos puede influir directamente en las emociones que suscita una pieza visual. Un diseño que busca una respuesta emocional efectiva tiene en cuenta cómo los elementos visuales interactúan para provocar sensaciones como alegría, sorpresa, empatía o incluso nostalgia, dependiendo del objetivo y el contexto. Esta

aproximación consciente a la generación de emociones a través del diseño no solo busca captar la atención, sino también establecer una conexión más profunda y memorable con la audiencia. Cuando el diseño logra resonar emocionalmente con las personas, puede tener un impacto más duradero y significativo, influyendo en la forma en que perciben y recuerdan un mensaje, producto o experiencia (Gantiva & Camacho, 2016).

#### ***2.6.18. Empatía y conciencia***

La empatía en el contexto del diseño se refiere a la capacidad del diseñador para comprender y conectarse emocionalmente con los usuarios o el público objetivo para el cual se está creando un producto, servicio o experiencia según (Revista Diálogos, 2023). Implica ponerse en el lugar del usuario, entender sus necesidades, deseos y desafíos, y diseñar con sensibilidad hacia esas experiencias. Un diseño empático tiene en cuenta la diversidad de perspectivas y busca crear soluciones que resuelvan problemas de manera inclusiva y centrada en el usuario.

La conciencia en el trasfondo de un diseño se relaciona con la capacidad del diseñador para ser consciente de la influencia cultural, social y ética que su trabajo puede tener. Implica considerar las implicaciones éticas de las decisiones de diseño, como el impacto en la sociedad, el medio ambiente y la equidad. La conciencia en el diseño también se refiere a estar al tanto de las tendencias culturales y sociales, así como de la evolución de las expectativas del usuario, para crear diseños relevantes y responsivos a su entorno.

Ambas dimensiones, la empatía y la conciencia, son fundamentales para desarrollar diseños que no solo sean estéticamente agradables, sino también ética y socialmente responsables, alineándose con las necesidades y valores de las personas a las que están destinados (Revista Diálogos, 2023).

#### ***2.6.19. Impacto social***

El impacto social en el contexto del diseño social se refiere a la influencia o efecto que tiene un diseño en la sociedad en la que se implementa. Este impacto puede medirse en términos de cambios positivos en el comportamiento, la percepción, las relaciones interpersonales, la equidad, la accesibilidad o cualquier otro aspecto que sea relevante para el objetivo social del diseño. Un diseño socialmente impactante busca abordar problemas específicos o necesidades de la comunidad, con el propósito de mejorar la

calidad de vida, fomentar la inclusión y generar beneficios sostenibles a nivel social (Díaz Foncea et al., 2012).

### **2.6.20. Sensibilización**

La sensibilización en el contexto de un impacto social se refiere al proceso de crear conciencia y comprensión en la sociedad sobre temas específicos, a menudo relacionados con desafíos sociales, injusticias o temas que requieren atención. La sensibilización busca informar, educar y generar empatía entre las personas, promoviendo una comprensión más profunda de los problemas y, en última instancia, motivando a la acción positiva.

La sensibilización efectiva puede ser un precursor crucial para lograr un impacto social significativo. Cuando las personas se vuelven conscientes de un problema y comprenden su alcance, están más inclinadas a tomar medidas, ya sea a través de donaciones, participación activa en iniciativas sociales o cambios en su comportamiento cotidiano. En este sentido, la sensibilización a través del diseño social actúa como un puente entre la información y la acción, contribuyendo a la movilización de la sociedad hacia la solución de problemas y la mejora de las condiciones sociales (Mendoza Moreira et al., 2014).

### **2.6.21. Cambio de actitudes**

Un cambio de actitud ante un acto social se refiere a una modificación en la manera en que una persona percibe, valora o responde a situaciones, ideas o comportamientos relacionados con asuntos sociales, según el trabajo de (Gumucio Dagron, 2011) con el nombre “Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo”. Este cambio implica una transformación en las creencias, opiniones o emociones de una persona en relación con un tema específico.

Además, un cambio de actitud podría manifestarse como una mayor comprensión, empatía o apoyo hacia una causa, grupo de personas o problema social. Puede implicar un alejamiento de actitudes negativas o estereotipos y una adopción de perspectivas más informadas y positivas. Este cambio puede ser desencadenado por la exposición a información nueva, experiencias personales, educación, campañas de concientización u otros factores que influyen en la percepción y comprensión de la persona (Gumucio Dagron, 2011).

### **2.6.22. Inclusividad**

La inclusividad se refiere a la práctica y el principio de garantizar que todas las personas, independientemente de sus diferencias o diversidades, se sientan aceptadas, valoradas y tienen igualdad de oportunidades para participar plenamente en todos los aspectos de la sociedad. Esto implica reconocer y respetar la diversidad en términos de género, raza, etnia, orientación sexual, habilidades, religión, edad y otras características individuales.

La inclusividad busca eliminar barreras y discriminación, promoviendo la equidad y la participación de todas las personas en todos los niveles y sectores de la sociedad. En entornos inclusivos, se fomenta la celebración de las diferencias y se trabaja para crear un ambiente que sea accesible y acogedor para todos (García García, 2013).

### **2.6.23. Representación demográfica**

La representación demográfica en el campo del diseño se refiere a la inclusión y representación adecuada de diversos grupos demográficos en los productos, mensajes, imágenes y experiencias diseñadas. A partir de la investigación (Villacís & Carillo, 2011) implica que entre las características demográficas se pueden distinguir el género, raza, etnia, edad, orientación sexual, habilidades, entre otros, en el contenido visual y conceptual. Una representación demográfica efectiva en el diseño busca reflejar la realidad de la sociedad, celebrar la diversidad y evitar estereotipos o sesgos. Esto significa que los diseñadores deben esforzarse por crear contenido que sea inclusivo y que resuene con audiencias diversas, permitiendo que las personas se vean reflejadas y representadas de manera auténtica.

### **2.6.24. Antropología Humana**

La antropología humana, también conocida simplemente como antropología cultural o social, es una rama de la antropología que se enfoca en el estudio de las sociedades humanas contemporáneas y pasadas. Su objetivo principal es comprender la diversidad cultural y social de los seres humanos, examinando aspectos como las creencias, las prácticas, las estructuras sociales, la organización política, la economía, la religión, la tecnología y otros aspectos relacionados con la vida humana en sociedad.

La antropología humana utiliza métodos de investigación cualitativos y cuantitativos para recopilar datos, como la observación participante, entrevistas, análisis de documentos y estudios etnográficos. Los antropólogos culturales buscan comprender y explicar las variaciones culturales y sociales entre diferentes grupos humanos, así como identificar patrones y tendencias que pueden existir a nivel global (Gómez, 2022).

#### ***2.6.25. Etnografía de la sexualidad***

La etnografía de la sexualidad es un enfoque dentro de la antropología que se centra en el estudio sistemático y detallado de las prácticas, significados, expresiones y experiencias sexuales dentro de una determinada comunidad, grupo cultural o sociedad, como lo define (Matus, 2005) en su trabajo tomando en consideración su enfoque que busca comprender cómo las normas, valores y construcciones culturales influyen en la forma en que las personas experimentan, expresan y negocian su sexualidad.

La etnografía de la sexualidad implica la inmersión del investigador en el contexto cultural que está estudiando, utilizando métodos como la observación participante, entrevistas, y análisis de documentos para recopilar datos. Los etnógrafos de la sexualidad buscan comprender las variaciones culturales en las actitudes hacia la sexualidad, las prácticas sexuales, las identidades de género, y cómo estas cuestiones se entrelazan con otros aspectos de la vida social y cultural (Matus, 2005).

#### ***2.6.26. Roles de género***

Los roles de género son conjuntos de expectativas y normas socialmente construidas que definen y regulan cómo se espera que se comporten y desempeñen las personas en función de su género. Estos roles varían culturalmente y a lo largo del tiempo, y a menudo se consideran normas sociales que dictan comportamientos, actitudes y responsabilidades específicas según el género de una persona. Es importante tener en cuenta que los roles de género son construcciones sociales y no están determinados biológicamente (Aguilar et al., 2013).

#### ***2.6.27. Tabúes sexuales***

Los tabúes sexuales son restricciones sociales, culturales o religiosas que prohíben o desaconsejan ciertos comportamientos, prácticas o discusiones relacionadas con la

sexualidad como se visualiza en el trabajo “Mitos y tabúes en la sexualidad humana” donde define que estos tabúes pueden variar ampliamente entre diferentes culturas y sociedades, reflejando sus valores, normas y creencias específicas sobre la moralidad sexual. Los temas que a menudo son considerados tabúes sexuales pueden incluir prácticas sexuales específicas, discusiones abiertas sobre la sexualidad, o la exploración de ciertos aspectos del comportamiento sexual (González Labrador et al., 2002).

#### ***2.6.28. Educación sexual***

La educación sexual es un proceso educativo que tiene como objetivo proporcionar conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con la sexualidad humana. Su propósito principal es capacitar a las personas para tomar decisiones informadas y responsables sobre su salud sexual y reproductiva. La educación sexual aborda una variedad de temas, que pueden incluir anatomía, fisiología, relaciones interpersonales, consentimiento, métodos anticonceptivos, prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS), diversidad sexual, y aspectos emocionales y éticos relacionados con la sexualidad (Alvarado Thimeos, 2015).

#### ***2.6.29. Sexualidad y poder***

La intersección de sexualidad y poder se refiere a cómo las estructuras de poder, como las normas culturales, las instituciones sociales, las relaciones de género y las dinámicas económicas, influyen en la forma en que las personas experimentan, expresan y negocian su sexualidad. Como lo define (Villaseñor Farías & Castañeda Torres, 2003) donde establece que esta conexión implica la manera en que el poder puede regular, limitar o liberar las elecciones sexuales de individuos y grupos, así como determinar qué comportamientos sexuales son socialmente aceptables o estigmatizados. La comprensión de la relación entre sexualidad y poder genera una examinación cómo las inequidades de poder pueden afectar la autonomía sexual, la expresión de la identidad de género y la capacidad de las personas para participar en relaciones sexuales consensuadas y saludables.

#### ***2.6.30. Identidad de Género y Orientación Sexual***

La identidad de género se refiere a la profunda sensación interna e individual de ser hombre, mujer, o alguna otra identidad de género, que puede no coincidir necesariamente

con el sexo asignado al nacer. En otras palabras, es la percepción interna de cómo una persona se identifica en términos de género, que puede o no alinearse con las expectativas sociales basadas en el sexo biológico. Es importante destacar que la identidad de género no se limita a la dicotomía tradicional de hombre y mujer. Algunas personas pueden identificarse como género no binario, género fluido, a-género, entre otras identidades que no se ajustan estrictamente a las categorías tradicionales de masculino o femenino (García Leiva, 2005).

Con respecto a la orientación sexual los siguientes autores (Cortés Alfaro et al., 1998) lo definen como la atracción romántica, sexual o emocional que una persona siente hacia otras personas. Está relacionada con los sentimientos y la atracción que una persona experimenta en función del género de las personas hacia las cuales se siente atraída. Las orientaciones sexuales pueden variar significativamente de una persona a otra, es fundamental comprender que la orientación sexual es una parte natural de la diversidad humana, y no es algo que una persona elija.

#### ***2.6.31. Influencia en la sociedad***

La influencia en la sociedad en el ámbito del diseño se refiere al impacto que las decisiones de diseño y las creaciones visuales tienen en la cultura, las actitudes, el comportamiento y la percepción dentro de una comunidad o sociedad, como se establece en el trabajo de (Díaz Domínguez & Alemán, 2008) con el nombre “La educación como factor de desarrollo”. Donde plantea que el diseño, ya sea gráfico, industrial, de experiencia de usuario, arquitectónico u otro, tiene el poder de moldear la forma en que las personas interactúan con el mundo que las rodea y cómo interpretan la información.

#### ***2.6.32. Comunidad LGBTI***

La comunidad LGBTI es un término que engloba a personas lesbianas, gais, bisexuales, transgénero e intersexuales. Estas letras representan diversas identidades de género y orientaciones sexuales que no se ajustan a las convenciones tradicionales de heterosexualidad y cissexualidad. La comunidad LGBTI aboga por la aceptación, igualdad de derechos y eliminación de la discriminación basada en la orientación sexual, identidad de género o características intersexuales. Además, el término puede extenderse para incluir otras identidades y expresiones, como queer, asexual, pansexual, entre otras. La

comunidad LGBTI ha sido fundamental en la lucha por la igualdad y el reconocimiento de los derechos humanos para todas las personas, independientemente de su orientación sexual o identidad de género (Carvajal Muñoz, 2013).

## CAPÍTULO III

### 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 3.1. Análisis externo

##### 3.1.1. Análisis PEST

###### 3.1.1.1. Análisis Político.

El diseño de carteles ilustrados como herramienta para la representación de la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato, Ecuador, implica considerar tanto aspectos artísticos como normativos para garantizar una representación inclusiva y respetuosa.

En Latinoamérica en el año 2015, se emitió la convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las personas Mayores y la Convención Interamericana contra toda Forma de Discriminación e Intolerancia, en donde se señala a la orientación sexual y la identidad de género como categorías protegidas frente a la discriminación. Se propone una interpretación de los derechos de personas LGBTI a la luz del derecho internacional, denominado Los Principios de Yogyakarta, instrumento que se convirtió en “una biblia de derechos para la comunidad” en mención; en él se incluyen, criterios que van orientados a la inclusión de lesbianas, gays, bisexuales y personas transexuales como sujetos de protección de todos los Convenios Internacionales de Derechos Humanos, en consecuencia todos los Estados miembros, deberían garantizar el acceso efectivo a derechos tan fundamentales como el derecho a la vida, a no ser sometidos a torturas ni explotados de ninguna forma, al trabajo a la seguridad social, a un nivel de vida adecuada, a una vivienda digna, educación entre otros (Polo & Acosta, 2023).

En el Ecuador, la Federación Ecuatoriana de Organizaciones LGBT fundada el 10 de septiembre de 2015 en Quito, es la mayor organización sin fines de lucro en el país que siendo una coalición nacional de segundo grado, conformada por personerías jurídicas busca la igualdad y la equidad en el sector LGBTIQ+. La Federación agrupa a cerca de 60 colectivos, asociaciones y fundaciones de similares características, con cerca de 2000 miembros en el territorio ecuatoriano. Además, la Federación se constituye como un ente que genera los acercamientos con el Gobierno Nacional para impulsar el apoyo de la comunidad LGBTIQ+ (Lodetti, 2015).

La Fundación Ecuatoriana Equidad es la fundación con la mayor influencia en el país debido que ofrece documentación, servicios médicos, servicios psicológicos, y una línea gratuita, se encuentra ubicada en la Av. 6 de Diciembre N24-253 y Lizardo García, en la ciudad de Quito. Poseen talleres de desarrollo humano, reuniones con padres de familia, y capacitación para organizaciones. El centro también tiene las publicaciones de Equidad folletos que explican los términos de la comunidad LGBTI, citas de derechos y garantías contemplados en la constitución, la historia y función de Equidad etc. Además, el centro comunitario trata de dar herramientas a los chicos y chicas que vienen a Equidad, que se sientan bien y tengan orgullo en sus identidades. Equidad tiene también una agenda política, donde promueven convenios con Ministerios del Gobierno para proponer políticas que beneficien a la gente LGBTI (Venable, 2011).

### **3.1.1.2. Análisis económico.**

La iniciativa de la creación de carteles sociales tiene un impacto positivo en la economía local. La representación positiva de la diversidad puede atraer turistas y eventos que promueven la inclusión, contribuyendo así al desarrollo económico de la ciudad. La colaboración con fundaciones locales que fomenten la divulgación de este material generará un respaldo a la economía local.

Además, se debe tener la influencia de la Cámara de Comercio LGBT de Ecuador, que es una corporación privada, sin ánimo de lucro, que nació en el año 2016 a partir de la iniciativa de varios comerciantes, apoyados por organizaciones de la sociedad civil que vieron la necesidad de focalizar el sector LGBT en áreas de emprendimientos, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Donde el enfoque de esta institución es impulsar el desarrollo económico en Ecuador relacionado a las identidades LGBTI, convirtiéndolas en un valioso activo para la nación. Este enfoque se traduce en la necesidad de conectar de manera equitativa las diversas identidades dentro de la comunidad LGBTI con los mercados tanto internos como externos, garantizando igualdad de oportunidades laborales (Camaralgbt, 2018).

La comunidad LGBTI es una minoría social y cultural que paulatinamente ha ganado un espacio en los medios masivos de comunicación. Está conformada por personas de diferentes identidades y orientación sexual. La publicidad en el Ecuador exhibe elementos de la cultura, ya sea porque estos responden a los aspectos socialmente aceptados o porque

no transgreden a pesar de que se pueda aplicar un tipo de publicidad disruptiva y emocional como tendencia de comunicación publicitaria. La publicidad actual muestra elementos subjetivos, emocionales y disruptivos, en los últimos años no pierde la oportunidad de exhibir al conglomerado a la comunidad LGBTI en los medios de comunicación y anuncios publicitarios en Ecuador como lo (Ortega et al., 2020) en el artículo “Exposición de la comunidad LGBTI en marcas comerciales y medios de comunicación en Ecuador” donde no han sido escasos los casos que han surgido de marcas comerciales y causas sociales en el país ecuatoriano donde se evidenciaron marcas reconocidas como Uber, Pilsener y Pingles.

### **3.1.1.3. Análisis Social.**

Un trabajo que tiene mucha relación es el desarrollado por Cabrera (2020) titulado “Influencia social del movimiento LGBTI, logros y desafíos de la comunidad en el Ecuador” donde se evidencia la fuerza social que posee la comunidad a pesar de las adversidades que los convirtió en víctimas de una sociedad heteronormativa, la misma que hizo uso de violencia, discriminación y exclusión a las personas con diferente orientación sexual. Por ello la comunidad ha sido capaz de luchar por sus derechos constantemente. Aliados del Estado modificaron Reformas Constitucionales que los desvinculaba por su diversidad sexual, lo que permitió se mejoren sus condiciones de vida, evidenciando cambios positivos a nivel nacional. Dentro de los éxitos más relevantes están las nuevas reformas constituyentes que incluyen la diversidad de género, las normativas legales para el trato no discriminatorio en las instituciones públicas y privadas, especialmente en el Ministerio de Salud, la inclusión en el área laboral en el sector público y privado, el matrimonio igualitario y la constitución de la Primera Cámara de Comercio LGBT en el Ecuador. Sin embargo, también están expuestos a varios desafíos los cuales son lograr capitalizar la diversidad de las identidades LGBTI y volverlas un valor agregado en la economía ecuatoriana; así también la eliminación de la homofobia en todo ámbito ya sea social, familiar, académico, laboral, político, religioso, etc.

### **3.1.1.4. Análisis tecnológico.**

El análisis tecnológico refleja la evolución de las herramientas digitales y la adopción de enfoques creativos para transmitir mensajes inclusivos y representativos. En términos

de software, las aplicaciones de diseño gráfico como Adobe Illustrator, Photoshop y Canva ofrecen capacidades avanzadas para la creación de carteles vibrantes y visualmente atractivos.

La tendencia hacia el diseño responsivo también se ha vuelto relevante, permitiendo la adaptación de infografías y publicidades a diferentes plataformas digitales, tomando en cuenta el trabajo “Presentación del cartel como medio de publicidad y propaganda” donde se introduce experiencias interactivas en el diseño de publicaciones, brindando a los espectadores una adquisición de información más inmersiva. Considerando que las redes sociales desempeñan un papel crucial en la difusión de publicidad, y las estrategias de marketing digital se han vuelto esenciales para llegar a audiencias específicas. La tecnología de análisis de datos y la inteligencia artificial también pueden utilizarse para comprender mejor la efectividad de este tipo de diseños en términos de impacto y alcance (Vázquez Astorga, 2015).

En Ecuador, la difusión de diseños relacionados con la comunidad LGBTI se ha visto potenciada a través de diversos medios de comunicación, abarcando tanto plataformas digitales como tradicionales. Las redes sociales desempeñan un papel crucial en este fenómeno, ya que permiten la rápida circulación de imágenes, mensajes y campañas que buscan promover la diversidad y la inclusión. Plataformas como Instagram, Twitter y Facebook se convierten en espacios vibrantes donde diseñadores, activistas y miembros de la comunidad comparten creaciones visuales que celebran la identidad LGBTI y desafían estereotipos. Además, los medios de comunicación tradicionales, como la prensa escrita y la televisión, han comenzado a destacar y apoyar iniciativas que promueven la visibilidad y el respeto hacia la diversidad de género y orientación sexual, contribuyendo así a la construcción de una sociedad más inclusiva en Ecuador.

Las fundaciones LGBTI han adoptado estratégicamente diversos medios tecnológicos para fortalecer su labor en la promoción de los derechos y la igualdad. Plataformas en línea, como sitios web y aplicaciones móviles, se han convertido en herramientas clave para difundir información relevante, ofrecer recursos educativos y crear espacios seguros de interacción para la comunidad. Las redes sociales desempeñan un papel destacado, permitiendo a estas fundaciones llegar a un público más amplio, generar conciencia sobre cuestiones relacionadas con la diversidad sexual y de género, así como movilizar apoyo

para eventos, campañas y proyectos. La utilización de tecnologías emergentes, como la realidad virtual o las transmisiones en vivo, también, han ampliado las posibilidades de compromiso y participación, proporcionando experiencias inmersivas que fomentan la empatía y la comprensión. Estas iniciativas tecnológicas no solo facilitan la comunicación, sino que también contribuyen significativamente a la construcción de una sociedad más inclusiva y respetuosa en Ecuador.

### **3.1.2. Tendencias**

El diseño de carteles ilustrados ha emergido como una poderosa herramienta para la representación y visibilidad de un producto. A través de un análisis externo, se evidencia una creciente tendencia hacia la utilización de estas piezas gráficas como medio de expresión y difusión de mensajes inclusivos.

Los medios de divulgación centrados en temáticas sociales han encontrado en el diseño gráfico una herramienta fundamental para transmitir mensajes impactantes y generar conciencia. En este sentido, revistas especializadas, sitios web y blogs que abordan cuestiones sociales a menudo incorporan elementos visuales poderosos y creativos para ilustrar historias, datos y testimonios. El diseño gráfico no solo se utiliza para embellecer la presentación de la información, sino que también desempeña un papel crucial en la creación de identidades visuales que reflejan los valores y objetivos de las organizaciones y proyectos sociales. Infografías, ilustraciones y campañas gráficas en redes sociales se han vuelto esenciales para comunicar de manera efectiva temas como derechos humanos, justicia social, medio ambiente y otros asuntos de relevancia global. Además, el diseño gráfico participa activamente en la generación de contenido viral y compartible, permitiendo que las ideas y mensajes sociales alcancen audiencias más amplias. Las redes sociales, en particular, se han convertido en plataformas cruciales para la difusión de diseños con impacto emocional y visual, ya que facilitan la rápida propagación de imágenes y campañas que resuenan con la audiencia. En este contexto, el diseño gráfico no solo embellece la información, sino que también desencadena conversaciones y moviliza a la sociedad hacia la reflexión y la acción (Villagómez Oviedo & Saldaña Hernández, 2016).

En la actualidad, los diseñadores han adoptado enfoques creativos que buscan capturar la diversidad y la complejidad de las experiencias de la comunidad LGBTI. Los carteles

ilustrados no solo transmiten información, sino que también narran historias, desafiando estereotipos y promoviendo un sentido de identidad colectiva. Esta tendencia refleja un cambio en la percepción social, donde la representación precisa y respetuosa se ha vuelto esencial para fomentar la aceptación y la comprensión como lo establece la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OHCHR, 2023).

Los estudios sobre el análisis de la comunidad LGBTI en la publicidad son muy escasos, ya que normalmente no se los representa en ellas, por lo que, muy pocas marcas nacionales representan a esta población en sus publicidades, sin embargo, las marcas que sí lo hacen cargan una responsabilidad muy grande. El trabajo de investigación “Análisis de la representación de la comunidad LGTB en la publicidad de marcas comerciales, en junio de 2021 en la red social Instagram” de (Dávila Zhinin & Salazar Armas, 2023), que plantea cómo se representa a la población LGBT en la publicidad, identificando sus características y conociendo la percepción de la población en general como la población LGBTI en cuanto a la publicidad inclusiva que realizan las marcas nacionales y como estas los representan en ellas, además examina cómo influye su representación en la imagen de la marca, donde los resultados obtenidos dejan en evidencia el desconocimiento y falta de preparación.

La elección de utilizar ilustraciones en el cartelismo destinados a representar la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato podemos obtener una relación con la publicación “Diseño de Carteles Publicitarios” donde la necesidad de emplear un medio visual potente y expresivo, establece la implementación de ilustraciones que ofrezcan la capacidad única de transmitir mensajes complejos de manera accesible y emotiva, facilitando una conexión directa con el espectador. Además, la estética de las ilustraciones puede desempeñar un papel crucial en la creación de un ambiente acogedor y positivo, fomentando la aceptación y el entendimiento dentro de la comunidad de Ambato. En última instancia, la elección de emplear ilustraciones en los carteles se fundamenta en su capacidad única para ser vehículos visuales poderosos que trascienden barreras lingüísticas y culturales, contribuyendo así a una representación más auténtica y comprensiva de la diversidad LGBTI en la ciudad.

### 3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Al ser esto una problemática social, este proyecto tendrá un análisis de segmentación a nivel demográfico, geográfico, psicográfico:

**Tabla 1.**

*Segmentación mercado potencial*

<b>Segmentación</b>	<b>Datos</b>
<b>Geográfico</b>	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Sierra Centro
<b>Provincia</b>	Tungurahua
<b>Ciudad</b>	Ambato
<b>Demográfico</b>	
<b>Edad</b>	18 a 24 años
<b>Género</b>	Diversidad de géneros
<b>Estado civil</b>	Solteros(as)/Casados(as)
<b>Ocupación</b>	Opcional
<b>Nivel académico</b>	Secundario/Universitario
<b>Psicográfico</b>	
<b>Personalidad</b>	Amigable, cordial, solidario
<b>Estilo de Vida</b>	Colectivo & social
<b>Valores</b>	Respeto, interactivo, responsable, empático

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

### ***3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia***

La población objetivo de este análisis se sitúa en el rango de 18 a 24 años en Ambato, Ecuador, como lo establece la UNESCO como el grupo de jóvenes adultos tomando en consideración la población de la ciudad de Ambato conocida por su diversidad cultural y demográfica. La receptividad hacia la representación diversa podría ser prometedora en este contexto. Es crucial evaluar el nivel de conciencia y aceptación de la comunidad LGBTI en Ambato. Examinar eventos pasados y actuales, así como políticas locales que respalden la diversidad, proporcionará un contexto clave para el diseño de carteles ilustrados. Las tendencias de diseño gráfico, especialmente aquellas relacionadas con la representación LGBTI, deben ser objeto de un análisis detenido. Identificar colores, estilos y elementos visuales preferidos por la audiencia permitirá crear mensajes visuales efectivos.

La competencia local y la posibilidad de colaboraciones con diseñadores que hayan abordado temas LGBTI son aspectos importantes a considerar. Establecer estrategias para destacar en un mercado diverso fortalecerá la oferta de manera significativa. Además, es crucial identificar posibles barreras culturales o sociales que podrían afectar la aceptación de carteles ilustrados LGBTI, donde desarrollar estrategias para abordar estas barreras será fundamental para el éxito del proyecto integrador.

### ***3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial***

La evaluación del índice de saturación del mercado potencial es esencial para comprender la viabilidad y la competencia en el ámbito del diseño de carteles ilustrados LGBTI en Ambato. Actualmente en la provincia de Tungurahua, la presencia de organizaciones comprometidas con la diversidad no solo tenemos a la Fundación Visión y Diversidad. Destacamos también la labor del Colectivo LGBT Sierra Centro, actualmente reconocido como persona jurídica de la vicepresidencia de la Federación Ecuatoriana de Organizaciones LGBTI.

Es relevante señalar que, al enfocarnos en el ámbito social de este proyecto, no se identifica una competencia directa. Sin embargo, es crucial considerar que, en la ciudad de Ambato, las organizaciones que respaldan a la comunidad LGBTI no están utilizando carteles para representar a esta comunidad. Dada esta situación, las fundaciones presentes

están comprometidas a respaldar la creación y difusión de diseños que promuevan la visibilidad e información sobre la comunidad LGBTI en Ambato. Este enfoque innovador busca llenar un vacío evidente y contribuir de manera significativa a la concientización y comprensión de la diversidad en la ciudad.

### ***3.1.6. Análisis estratégico de la competencia***

El análisis estratégico de la competencia implica una evaluación integral de los competidores locales. La identificación de estos competidores, junto con el análisis FODA, permite comprender sus fortalezas y debilidades, brindando una visión clara de la posición actual en el mercado. Se presta especial atención a la oferta actual, examinando estilos de diseño, temáticas LGBTI abordadas y las plataformas utilizadas para llegar a la audiencia objetivo. Este análisis revela oportunidades para mejorar y diferenciar la oferta, donde la estrategia de marketing empleada por los competidores locales se convierte en un aspecto clave del análisis.

La colaboración planificada con la Fundación Visión y Diversidad agrega una capa adicional al análisis estratégico. La evaluación de la misión, visión y actividades de la Fundación permite identificar sinergias y oportunidades para trabajar en conjunto. Se exploran posibles proyectos conjuntos, como eventos, talleres o campañas de concientización, para amplificar el impacto y la visibilidad de los carteles sociales. Definir roles y responsabilidades es crucial para asegurar una colaboración efectiva y alinear los objetivos.

Para diferenciarse en un mercado competitivo, se busca identificar oportunidades para agregar valor a la oferta de diseño de carteles ilustrados. La colaboración con la Fundación no solo proporciona una oportunidad para diferenciarse, sino también para contribuir de manera significativa a la representación LGBTI en Ambato. La transparencia y la comunicación efectiva se destacan como elementos cruciales para garantizar una colaboración armoniosa y coherente con los objetivos compartidos.

## **3.2. Análisis FODA**

### ***3.2.1. Fortalezas***

1. Ser una organización con personería jurídica, con varios años dedicados al activismo y lucha en favor de la visibilidad, defensa, promoción, protección y restitución de los

derechos de las poblaciones sexo genéricas, con reconocimiento social e institucional por la trayectoria como Fundación.

2. La mayoría de las y los integrantes de la Fundación son profesionales con título de tercer nivel en distintas áreas como comunicación, psicología, contabilidad y finanzas, entre otras.
3. Cuentan con los conocimientos y la experticia sobre el tema de diversidad sexo genéricas.
4. Amplio conocimiento de la realidad local, territorial sobre el uso de los diferentes mecanismos de participación ciudadana, espacios estratégicos de incidencia para visibilizar a la Fundación.

### ***3.2.2. Oportunidades***

- Asignación de fondos concursables, financiamiento y patrocinio no reembolsables de entidades no gubernamentales para la obtención de recursos económicos y materiales.
- Instituciones gubernamentales y no gubernamentales de carácter nacional e internacional que amparan, protegen y garantizan el cumplimiento de los derechos de las personas pertenecientes a las diversidades sexo genéricas estipuladas en las normativas legales.
- Convocatoria de las personas pertenecientes a las diversidades sexo genéricas a ser parte en los espacios de incidencia política y social en la toma de decisiones para la construcción de las políticas públicas.
- Apertura de los medios de comunicación y periodistas independientes que difunden contenidos sobre el trabajo realizado por las personas y/u organizaciones pertenecientes a las diversidades sexo genéricas de local y nacional.

### ***3.2.3. Debilidades***

- Reducido grupo de integrantes de la Fundación.
- Escasos recursos materiales, económicos y tecnológicos.
- Ausencia de un espacio físico para el desarrollo de las funciones administrativas de la Fundación.
- Carencia de un Plan Estratégico de la Fundación.

### 3.2.4. Amenazas

- Influencia de grupos pro vida en la toma de decisiones de las autoridades.
- Falta de políticas públicas en el Cantón Ambato que garanticen la defensa y exigibilidad de derechos de las personas que integran las diversidades sexo genéricas.
- Las ideologías políticas y dogmas religiosos de las autoridades de turno.
- Las catástrofes naturales y sanitarias.

### 3.2.5. Cuadro resumen del análisis FODA

**Tabla 2.**

*Cuadro resumen del análisis FODA*

---

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>FODA</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Ser una organización con personería jurídica, con varios años dedicados al activismo y lucha en favor de la visibilidad, defensa, promoción, protección y restitución de los derechos de las poblaciones sexo genéricas, con reconocimiento social e institucional por la trayectoria como Fundación.</li><li>2.La mayoría de las y los integrantes de la Fundación son profesionales con título de tercer nivel en distintas áreas como comunicación, psicología, contabilidad y finanzas, entre otras.</li><li>3.Cuentan con los conocimientos y la experticia sobre el tema de diversidad sexo genéricas.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Reducido grupo de integrantes de la Fundación.</li><li>2.Escasos recursos materiales, económicos y tecnológicos.</li><li>3.Ausencia de un espacio físico para el desarrollo de las funciones administrativas de la Fundación.</li><li>4.Carencia de un Plan Estratégico de la Fundación.</li></ol>

---

---

4. Amplio conocimiento de la realidad local, territorial sobre el uso de los diferentes mecanismos de participación ciudadana, espacios estratégicos de incidencia para visibilizar a la Fundación.

---

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
1. Asignación de fondos concursables, financiamiento y patrocinio no reembolsables de entidades no gubernamentales para la obtención de recursos económicos y materiales.	(F1, O1, O2)	(D2, D3, O1)
2. Instituciones gubernamentales y no gubernamentales de carácter nacional e internacional que amparan, protegen y garantizan el cumplimiento de los derechos de las personas pertenecientes a las diversidades sexo genéricas estipuladas en las normativas legales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboraciones estratégicas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, para establecer colaboraciones estratégicas con instituciones que respalden los derechos de las diversidades sexo genéricas, ampliando así el impacto y los recursos disponibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La estrategia de divulgación a través de un diseño inclusivo se presenta como la herramienta para impulsar la comunidad LGBTI, donde el enfoque en el diseño que celebra la diversidad fortalece la representación de identidades y orientaciones sexuales, generando una conexión más profunda con la audiencia.</li> </ul>
3. Convocatoria de las personas pertenecientes a las diversidades sexo genéricas a ser parte en los espacios de incidencia política y social en la toma de decisiones para la construcción de las políticas públicas.	(F2, O3)	(D1, O3, O4)
4. Apertura de los medios de comunicación y periodistas independientes que difunden contenidos sobre el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación activa en espacios de incidencia política y social, para fomentar la participación activa de la Fundación y sus miembros en los espacios de incidencia política y social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de espacios de incidencia para visibilidad, donde se convocará la apertura de personas de las diversidades sexo genérica para participar mediante la promoción del diseño social.</li> </ul>
	(F3, F4, O4)	(D4, O2)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas de visibilidad mediática, para aprovechar la apertura de los medios de comunicación y la disposición de periodistas independientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un Plan Estratégico que aborde las debilidades internas y aproveche las oportunidades externas. Este</li> </ul>

---

realizado por las personas y/u organizaciones pertenecientes a las diversidades sexo genéricas de local y nacional.	para llevar a cabo campañas mediáticas que destaquen el trabajo y los logros de la Fundación, aumentando su visibilidad y apoyo público.	plan puede servir como guía para la toma de decisiones a largo plazo y la dirección estratégica de la Fundación.
---	--	--

	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
	<b>(F3, A1)</b>	<b>(D1, D3, A3)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de concientización y educación, que contrarresten la influencia de grupos pro vida y promuevan una comprensión más amplia de los derechos de las diversidades sexo genéricas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de alianzas estratégicas, buscando la colaboración con otras organizaciones afines y grupos defensores de derechos para compensar el reducido grupo de integrantes y fortalecer la influencia colectiva en la toma de decisiones.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>		
<b>1.</b> Influencia de grupos pro vida en la toma de decisiones de las autoridades.	<b>(F1, F4, A2, A4)</b>	
<b>2.</b> Falta de políticas públicas en el Cantón Ambato que garanticen la defensa y exigibilidad de derechos de las personas que integran las diversidades sexo genéricas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defensa de políticas públicas inclusivas, donde se aprovecha los conocimientos especializados para abogar por la implementación de políticas públicas inclusivas en el Cantón Ambato y trabajar en colaboración con autoridades dispuestas a apoyar estos esfuerzos.</li> </ul>	<b>(D2, D4, A4)</b>
<b>3.</b> Las ideologías políticas y dogmas religiosos de las autoridades de turno.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción de redes de apoyo con organizaciones y agencias que puedan proporcionar recursos materiales y financieros en situaciones de emergencia o en respuesta a la falta de políticas públicas favorables.</li> </ul>
<b>4.</b> Las catástrofes naturales y sanitarias.	<b>(F2, A3)</b>	<b>(A1, A2)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción del diálogo intercultural y religioso, buscando construir puentes de entendimiento con autoridades cuyas ideologías políticas y dogmas religiosos puedan representar una amenaza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque en la sensibilización y educación para contrarrestar las ideologías políticas y dogmas religiosos mediante la implementación del cartel social inclusivos en el Cantón Ambato.</li> </ul>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

### **3.3. Rentabilidad**

Este proyecto integrador presenta un potencial significativo en términos sociales, tomando en consideración que el término económico no es un factor presente, donde la colaboración estratégica con la Fundación Visión y Diversidad proporciona una oportunidad única para amplificar el impacto del proyecto, aprovechando sus recursos y red de contactos. Este enfoque colaborativo no solo fortalece la iniciativa, sino que también añade valor al mensaje, lo que podría traducirse en una mayor aceptación y participación de la comunidad.

Se debe tener en cuenta que el enfoque principal del proyecto investigativo se centra en el ámbito de concientizar a la sociedad. Este enfoque se basa en la colaboración con la Fundación, con el propósito de potenciar la influencia de estos carteles para fomentar su aceptación dentro de la sociedad de la ciudad de Ambato.

## CAPÍTULO IV

### 4.DISEÑO METODOLÓGICO

#### 4.1. Método

La metodología del proyecto es el método deductivo que implica comenzar con principios generales y luego aplicarlos de manera específica a la temática en cuestión. Primero se establecen los principios fundamentales de inclusión, diversidad y respeto a la identidad de género y orientación sexual. Luego, mediante la deducción, aplican estos principios a la creación de un cartel social, asegurándose de que cada elemento visual y mensaje transmitido refleje y celebre la rica diversidad presente en la comunidad LGBTI de Ambato.

Este método deductivo garantiza la coherencia con los valores fundamentales de inclusión, con las realidades y necesidades de la comunidad LGBTI local. La deducción guiada por principios generales permite que los carteles no solo sean visualmente impactantes, sino también culturalmente sensibles y socialmente relevantes, contribuyendo así a la representación auténtica y positiva de la diversidad de la comunidad LGBTI en Ambato.

#### 4.2.Enfoque del proyecto

En el ámbito de la investigación social, el enfoque cuali-cuantitativo se ha vuelto cada vez más relevante al reconocer la necesidad de combinar métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión más completa y enriquecedora de los fenómenos sociales. Según Sampieri, Collado, y Lucio (2014)“un enfoque mixto implica la integración estratégica de ambos paradigmas en todas las etapas del proceso de investigación, desde la formulación de preguntas hasta la interpretación de los resultados”. Esta metodología aborda la complejidad inherente a los temas sociales al permitir la captura de datos cuantificables y cualitativos, brindando así una visión más holística y profunda de los problemas estudiados.

En este proyecto de investigación social considerando un enfoque mixto, la fase cualitativa implicará la realización de entrevistas en profundidad enfocado a especialistas específicamente a expertos en diseño y miembros de la fundación Visión y Diversidad.

Por otro lado, la fase cuantitativa se centrará en la recopilación de datos numéricos a través de una encuesta estructurada dentro de la población planteada. La convergencia de estos métodos permitirá una triangulación de datos, fortaleciendo la validez y confiabilidad de los resultados.

### **4.3.Modalidad básica de la investigación**

#### ***4.3.1. Investigación Bibliográfica – Documental***

La investigación bibliográfica-documental desempeña un papel esencial en la generación de un diseño de cartel que refleje con autenticidad la diversidad y riqueza de la comunidad LBGTI en la ciudad de Ambato. Como lo establece Reyes & Carmona (2020) se genera un enfoque que implica la revisión exhaustiva de fuentes bibliográficas, documentos históricos y estudios relevantes relacionados con la identidad de género, orientación sexual y los derechos de la comunidad LBGTI en el contexto local y global. La búsqueda de información detallada sobre las experiencias, desafíos y logros de esta comunidad proporcionará una base sólida para la conceptualización del diseño del cartel, asegurando la representación precisa de las diversas identidades y contribuciones que conforman el tejido social de Ambato. Al comprender la historia y las luchas de la comunidad LBGTI, el diseño del cartel puede transmitir un mensaje inclusivo y empoderado, promoviendo la visibilidad, la aceptación y el respeto en la ciudad.

#### ***4.3.2. Investigación de campo***

Para obtener la investigación de campo como una estrategia fundamental para la creación de un diseño de cartel que refleje las voces y experiencias específicas de la comunidad LBGTI en la ciudad de Ambato. Se establece el argumento de Spink (2005) que fundamenta las entrevistas permitiendo una exploración más profunda de las perspectivas individuales, desafíos y aspiraciones dentro de la comunidad, capturando narrativas personales de miembros de la comunidad que contribuirán a la autenticidad del diseño. Además, se realizarán entrevistas a expertos del diseño enfocado al cartelismo y la ilustración para adquirir experiencias direccionadas a la creación de un cartel con un mensaje claro y conciso. Por otro lado, la encuesta estructurada dirigida a la población entre 18 a 24 años proporcionará datos cuantitativos que arrojarán luz sobre las preferencias visuales, percepciones y expectativas específicas de este grupo etario en relación con la representación de la identidad LBGTI en un cartel. Esta combinación de

métodos de investigación de campo garantizará que el diseño resultante no solo sea estéticamente atractivo, sino también relevante y significativo para la juventud LBGTI en Ambato, reflejando sus vivencias y contribuyendo a una representación inclusiva y respetuosa en el espacio público.

#### **4.4. Nivel de investigación**

La investigación sobre la generación de un diseño del cartel social puede beneficiarse de un enfoque multinivel que abarque investigaciones exploratoria y descriptiva. Según Nicomedes Esteban (2018) establece que la primera fase sea exploratoria, llevando a cabo un análisis detallado de la literatura y recursos visuales existentes relacionados con la representación de la identidad LBGTI en carteles. Esto proporcionaría una visión inicial de los enfoques utilizados en otros contextos y ayudaría a identificar posibles áreas de oportunidad específicas para la representación visual en la ciudad.

Posteriormente, en la fase descriptiva, se llevará a cabo entrevistas y una encuesta dirigida a la población de 18 a 24 años dentro de la comunidad de la ciudad de Ambato. Estas herramientas de investigación permitirían obtener una comprensión detallada de las preferencias estéticas, las experiencias vividas y las expectativas específicas de este grupo demográfico en relación con la representación visual. Finalmente, se podría realizar un análisis más profundo de los datos recopilados para identificar patrones, correlaciones o factores subyacentes que expliquen las preferencias y percepciones observadas, proporcionando así una comprensión más completa y fundamentada para guiar el diseño del cartel de manera efectiva.

#### **4.5. Población y muestra**

La muestra para el proyecto integrador es de la población de 18 a 24 años en la ciudad de Ambato, los datos se obtuvieron del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), donde se estable que la población es de 32455 entre la edad establecida.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Donde,

n: Tamaño de la muestra

N: Población (32455)

Z: Nivel de confianza 95% (1,95)

p: Probabilidad de éxito (0,5)

q: Probabilidad de fracaso (0,5)

e: Margen de error permitido 5% (0,05)

$$n = \frac{(1,95)^2(0,5)(0,5)(32455)}{(32455)(0,05)^2 + (1,95)^2(0,5)(0,5)} = 375,85 = 376$$

La cantidad según la fórmula del muestro probabilístico es de 376.

#### 4.5.1. *Perfiles destinados para entrevistas*

**Tabla 3.**

*Perfiles de entrevistas*

Fuente	Perfil	Cantidad
<b>Diseñador gráfico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento en ilustración, cartelismo y tendencias actuales.</li><li>• Experiencia en trabajos relacionados a ámbito social.</li></ul>	6
<b>Fundación Visión y Diversidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento en comunicación social.</li><li>• Dirigentes de la fundación.</li></ul>	4

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

#### 4.6. Análisis e interpretación de resultados

##### 4.6.1. *Entrevistas*

##### 4.6.1.1. Entrevistas sobre Cartelismo

#### **Entrevista realizada al Diseñador Gráfico Antonio Mena**

- ¿Cómo abordaría la creación de un cartel social para asegurarse de que genere empatía y conciencia entre el público objetivo?

Considera que para la creación de un cartel social es fundamental conocer sobre el tema. Como diseñador se asume el rol de generalista y empático, al tratar temas de género, no es necesario ser un experto, pero sí es esencial comprender las tendencias y tener empatía hacia el tema, así como conocer a la audiencia específica a la que se dirige. En el diseño, la clave está en conocer el tema y tener claridad sobre la audiencia, especialmente si se trata sobre un tema social enfocado a un público más académico. Aunque la estética es crucial, como diseñador, también estoy comprometido a crear piezas funcionales que vayan más allá de lo visual, generando una reacción humana emotiva hacia el mensaje que se quiere transmitir a través del afiche.

- ¿Cuáles son los elementos visuales que considera especialmente efectivos para transmitir mensajes de conciencia social y generar empatía?

La elección de elementos visuales es crucial y está influenciada por diversas circunstancias. Es esencial contar con un vocabulario estético de imágenes que sirva como anclaje para el público, independientemente del tema que se esté abordando. Además de emplear conceptos metafóricos y mentales, el objetivo es crear un modelo visual que atraiga la atención de manera efectiva. En el ámbito social, especialmente al tratar temas delicados, como diseñador, es fundamental plantear alternativas que minimicen el riesgo de rechazo por parte del público objetivo. La sensibilidad hacia la audiencia es primordial, ya que los temas sociales requieren un enfoque cuidadoso y reflexivo.

- ¿Cómo integra usted la investigación sobre la audiencia y la problemática social en el proceso de diseño para optimizar el impacto emocional del cartel?

Es crucial tener en cuenta la amplitud del ámbito social al abordar un proyecto de diseño. Al dirigirnos a un público específico, la atención a los detalles y el conocimiento profundo de la audiencia final son fundamentales. Es esencial comprender lo que puedo y no puedo ofrecer al público, ajustando el enfoque según su perfil y reacción esperada al interactuar con el cartel. En la creación de un afiche social se debe catalizar la claridad y la directividad, al considerar la complejidad del mensaje social que se quiere transmitir.

- ¿Puede proporcionar ejemplos de carteles sociales anteriores en los que haya trabajado y que hayan tenido un impacto significativo en la conciencia pública?

He tenido la experiencia de trabajar en dos carteles dentro del ámbito de género. El primero abordó la problemática de la violencia contra las mujeres indígenas en Ecuador, mientras que el segundo se centró en el trabajo forzado y el esclavismo en Latinoamérica. Estos carteles fueron seleccionados para ser exhibidos en México como parte de una exposición sobre Derechos Humanos Femeninos, con el enfoque de promover el apoyo de los derechos de las mujeres.

- En el contexto del diseño de carteles sociales, ¿cómo maneja usted la delicada tarea de equilibrar la llamada a la acción con la sensibilidad hacia el tema que se aborda?

Existe una relevancia crucial al mantener una neutralidad en torno a temas sociales de gran importancia. La estética desempeña un papel fundamental, siendo la perspectiva única el medio para alcanzar los objetivos establecidos. La originalidad y la capacidad de arriesgarse son elementos esenciales, ya que no se busca ser condescendiente. La búsqueda de la novedad es fundamental para generar respuestas emotivas significativas frente a las problemáticas abordadas.

### **Entrevista realizada al Diseñador Gráfico Felipe Jácome**

- ¿Cómo abordaría la creación de un cartel social para asegurarse de que genere empatía y conciencia entre el público objetivo?

Cuando abordamos la creación de un cartel social, es esencial tener en cuenta la audiencia a la que se dirige. Un cartel social no necesariamente debe limitarse a un público específico, sino que debe estar diseñado para atraer a diferentes grupos de edad. El uso de elementos simbólicos cobra gran importancia, y la comprensión del contexto de la convocatoria nos brinda la oportunidad de trabajar con elementos que poseen un trasfondo significativo.

- ¿Cuáles son los elementos visuales que considera especialmente efectivos para transmitir mensajes de conciencia social y generar empatía?

Las imágenes desempeñan un papel fundamental en un trabajo impreso, y en mi enfoque de diseño, asigno aproximadamente el 80% de la responsabilidad a mis propias decisiones como diseñador, reservando el 20% para la interpretación del público, teniendo en cuenta el aspecto retórico. La caligrafía, por su parte, contribuye significativamente a fortalecer el mensaje, mientras que el uso del color se convierte en un medio de comunicación clave, ya que cada tonalidad evoca un estado de ánimo específico en consonancia con el concepto que se quiere transmitir.

- ¿Cómo integra usted la investigación sobre la audiencia y la problemática social en el proceso de diseño para optimizar el impacto emocional del cartel?

La naturaleza de la convocatoria desempeña un papel crucial en mi enfoque creativo. La investigación es una parte fundamental, especialmente en el contexto actual, donde cada año surgen nuevas situaciones que permiten abordar un tema desde perspectivas diversas. Como diseñador, tengo la flexibilidad de orientar mi trabajo hacia diferentes rangos de edad, lo que me permite adaptar el diseño para lograr una mayor alfabetización visual, teniendo en cuenta el contexto social y cultural específico al que se dirige.

- ¿Puede proporcionar ejemplos de carteles sociales anteriores en los que haya trabajado y que hayan tenido un impacto significativo en la conciencia pública?

Mi trabajo de cartel social más influyente, estuvo enfocado a la manifestación en el Ecuador en el año 2019 durante la cual implemente 15 minutos para crear un cartel que representaba a un indígena levantando la mano, con el escudo rojo del Ecuador a modo de poncho, frente a la policía. Este diseño se volvió viral en cuestión de minutos y expresaba el respaldo al Sr. Leonidas Iza y sus manifestaciones contra el gobierno. Es importante destacar que, al crear carteles sociales, mi apoyo se basa en un criterio formado, sin tomar partido y manteniendo un enfoque imparcial y reflexivo en su elaboración.

- En el contexto del diseño de carteles sociales, ¿cómo maneja usted la delicada tarea de equilibrar la llamada a la acción con la sensibilidad hacia el tema que se aborda?

En mi enfoque, considero que los carteles deben adoptar un estilo conceptual. Es fundamental reconocer que los carteles pueden abordar la negatividad o fomentar la

autoconciencia. En ocasiones, la necesidad radica en transmitir un mensaje que incomode al observador, y este puede ser el objetivo central para lograr la efectividad del cartel. Hay carteles que manejan la sutileza como herramienta para expresar su mensaje sin recurrir a insultos directos. La diversidad de formas para transmitir algo al público incluye la posibilidad de utilizar gráficos con doble sentido, generando reflexiones y con la capacidad de llevar un mensaje oculto que tenga un impacto significativo.

#### **4.6.1.2. Entrevista a la fundación Visión y Diversidad.**

**Entrevista realizada al Lcdo. Santiago Javier Hernández Carrillo (representante de la fundación), Lcda. Viviana del Rocío Freire Muñoz (tesorera), y al Ing. Diego Paul Pantoja Revelo (secretario)**

- ¿Cómo relaciona usted el comportamiento normativo en sociedad con su impacto en la formación de la identidad de género y la orientación sexual de un individuo?

En el cantón Ambato, actualmente no existe una normativa específica para la comunidad LGBTI, aunque se tiene una propuesta presentada que aún está pendiente de aprobación. Cada entidad gubernamental tiene pautas internas para su funcionamiento, las cuales contemplan la inclusión y el respeto hacia la comunidad LGBTI, haciendo especial énfasis en cuestiones de identidad y combatiendo la discriminación. Sin embargo, a pesar de la existencia de estas propuestas normativas, se enfrenta el desafío de la falta de conocimiento sobre estos temas por parte de muchos funcionarios públicos en la provincia. Este desconocimiento contribuye a la limitada expresión libre de la comunidad en la sociedad, destacando la necesidad de una mayor concienciación y capacitación en este ámbito.

- ¿Cómo varía la aceptación social de diferentes identidades de género y orientaciones sexuales, y qué papel juega la cultura en este proceso?

El tema de la identidad de género es intergeneracional y su percepción varía según las edades, ya que la generación anterior mantiene tabúes al respecto. La clave para lograr la aceptación en la sociedad radica en la educación, siendo los niños, niñas y adolescentes quienes muestran una mayor comprensión, a pesar de persistir ciertos niveles de discriminación. Es esencial que la sociedad se autoeduce para ampliar su conocimiento

sobre la identidad de género, siguiendo el ejemplo de países desarrollados, aunque en lugares con bajos niveles de alfabetización la empatía suele ser limitada, contribuyendo a la discriminación. Además, se destaca la influencia dogmática y religiosa en la formación de opiniones, y es relevante mencionar que, aunque la comunidad LGBTI ha experimentado avances culturales, los individuos trans enfrentan desafíos significativos, siendo a veces marginados incluso dentro de la comunidad.

- ¿Cómo se relaciona la sociedad actual en relación con la identidad de género y la orientación sexual?

La educación desempeña un papel fundamental para comprender la identidad de género, siendo un ámbito crucial para abordar la discriminación, que a menudo se manifiesta dentro de la familia, generando distancias entre sus miembros. Aunque se ha avanzado desde 2013 cuando se creó la fundación, la aceptación sigue siendo un desafío, aunque ciertos sectores, como las universidades e instituciones artísticas, han demostrado ser espacios más propicios para la aceptación. No obstante, persisten obstáculos, especialmente en el sistema de justicia, donde la falta de conocimiento sobre las leyes afecta el apoyo a la comunidad. Se hace un llamado a las autoridades para actuar en casos de desapariciones forzadas y brindar un respaldo más efectivo a la comunidad.

- ¿Cómo influyen las normas sociales en la percepción de la identidad de género y orientación sexual de una persona?

La construcción de género es un proceso aprendido que comienza en el hogar, donde se inculca a los niños cómo deben comportarse en la sociedad. Esta enseñanza incluye pautas sobre la vestimenta, con la preocupación de evitar que esta elección genere percepciones negativas o atraiga la atención. Sin embargo, esta rigidez en las expectativas puede llevar a malestar e incluso a la exclusión, contribuyendo así al problema de la discriminación de género.

- ¿Cómo se puede asimilar la aceptación social de diferentes identidades de géneros y orientaciones sexuales en diferentes sectores culturales?

El enfoque principal reside en educar a la población mediante experiencias que promuevan la autoaceptación y el amor propio. Es crucial que el Estado asegure y aplique

políticas públicas que respalden los derechos, implementando instrumentos concretos para garantizar la igualdad. Se enfatiza la importancia de fomentar la visibilidad diaria, permitiendo que cada individuo se exprese sin temor a la exclusión. La realización de campañas y actividades en defensa de los derechos de la comunidad contribuye a difundir un mensaje de apoyo, respaldado incluso por ejemplos en la industria cinematográfica, donde películas han manifestado su apoyo a la comunidad LGBTI.

- ¿Cuáles son las iniciativas clave que actualmente existen para fomentar el apoyo hacia la comunidad LGBTI, y cómo se evalúa su efectividad?

La fundación se ha centrado principalmente en brindar apoyo social a través de la entrega de kits alimenticios y de aseo, así como asistencia en temas de abogacía y apoyo psicológico. Además, se han llevado a cabo talleres y capacitaciones en diversos sectores para respaldar a los miembros de la fundación. Se desea retomar la implementación de programas radiales para ampliar el alcance de difusión del mensaje, complementado por iniciativas como políticas públicas y el respaldo de la ordenanza pública en el Cantón Ambato. Se ha apoyado el desarrollo de proyectos de grado en las áreas de Derecho y Comunicación, y se han generado colaboraciones con ONG tanto nacionales como internacionales para obtener fondos que impulsen las iniciativas de la fundación. A través de las plataformas de redes sociales, se ha logrado llegar a un público diverso, incluso en países como Argentina, Colombia y Venezuela, promoviendo activamente la fundación. Los miembros de la fundación participan en la toma de decisiones y contribuyen a la creación de espacios inclusivos. La reciente participación de más de 500 personas en el desfile en apoyo a la comunidad LGBTI en el año 2023 refleja un respaldo significativo en el Cantón Ambato.

- ¿Puede compartir ejemplos de estrategias exitosas que hayan tenido un impacto positivo en la promoción del apoyo y la inclusión de la comunidad LGBTI en entornos específicos?

El evento más exitoso ha sido la marcha en apoyo a la comunidad en el cantón Ambato en el 2023, cuya organización se difundió eficazmente a través de las redes sociales. Para facilitar la participación, se creó un chat grupal donde se compartieron detalles sobre el evento. A pesar de las dificultades durante la pandemia, se llevó a cabo un curso con la

participación de 80 personas, contribuyendo así a la promoción del mensaje de la fundación. Una estrategia clave ha sido establecer alianzas con otras instituciones, generando un compromiso sólido para impulsar los derechos de los integrantes. Estas colaboraciones han demostrado ser fundamentales en el avance de los objetivos de la fundación.

- En su experiencia, ¿cómo involucra usted a aliados y comunidades más amplias en la promoción del apoyo hacia la comunidad LGBTI?

La fundación cuenta con valiosos aliados, como la Secretaría de Derechos Humanos, que nos brindó apoyo en la creación de la personería jurídica, y el Ministerio de Salud, con el cual establecimos vínculos para participar en talleres y capacitaciones. Hemos colaborado en talleres de género y en el ámbito artístico y cultural, facilitando la presentación de películas en respaldo a la comunidad LGBTI, especialmente considerando las dificultades económicas. Mantenemos una relación positiva con la Fundación Esquel de Quito y hemos firmado convenios con otras fundaciones, permitiéndonos difundir nuestro mensaje de manera efectiva. Además, recibimos respaldo del Gobierno Provincial de Tungurahua, y el representante de la fundación el Lcdo. Santiago Javier Hernández Carrillo fue designado consejero del Consejo Nacional para la Igualdad de la comunidad LGBT, lo cual ampliará la visibilidad de nuestro trabajo a nivel nacional.

**Entrevista realizada al Lcdo. Santiago Javier Hernández Carrillo (representante de la fundación), Psc. Robin David Guevara Torres (vicepresidenta), Lcda. Viviana del Rocío Freire Muñoz (tesorera), y al Ing. Diego Paul Pantoja Revelo (secretario)**

- ¿Cuáles son los desafíos comunes que se han enfrentado al trabajar en la promoción del apoyo LGBTI, y cómo se trabajó para superar estos desafíos en sus iniciativas?

Nos enfrentamos a desafíos significativos, especialmente ante lógicas de violencia basadas en discriminación por orientación sexual. La ciudad de Ambato presenta un entorno desafiante debido a la presencia predominante de la comunidad católica, y las decisiones políticas reflejan una formación conservadora, evidenciada en la falta de apoyo a propuestas de Ordenanza. Los activismos de la comunidad LGBTI enfrentan obstáculos políticos, con la ausencia de un respaldo democrático y unificado. Internamente, surgen

dificultades debido a intereses individuales y ciertas actitudes homofóbicas, generando mensajes contradictorios. El mayor desafío radica en llevar a cabo acciones efectivas, siendo el presupuesto el principal inconveniente, ya que, con recursos, se podría contratar a miembros de la comunidad para ampliar la difusión del mensaje y continuar la lucha por sus derechos. Existe la desconfianza en algunas personas, debido a experiencias pasadas de daño, lo que agrega una capa adicional de complejidad a nuestros esfuerzos.

- ¿Cómo evalúa el respaldo jurídico actual de las fundaciones LGBTI en Ecuador y de qué manera esto afecta su capacidad para operar y cumplir sus objetivos?

Contamos con el respaldo jurídico de un exdocente de la Universidad Técnica de Ambato, quien ayudo a la creación de la personería jurídica de la fundación. Las alianzas que hemos forjado han sido clave para alcanzar logros significativos en beneficio de nuestra causa. Participamos en dos procesos Amicus Curiae: uno en la ciudad de Puyo, donde un individuo enfrentó discriminación por parte de su jefa, y otro en la ciudad de Pujilí. Como fundación, asumimos una responsabilidad con el Gobierno al contribuir con nuestros impuestos, donde nuestro objetivo central es respaldar a personas que experimentan discriminación, brindándoles apoyo a través de los integrantes de la fundación.

- ¿Nos puede compartir información sobre alguna ley o regulación específica en Ecuador que afectan a las fundaciones LGBTI y cómo impactan su funcionamiento?

Como fundación, estamos afiliados a la Secretaría de Derechos Humanos debido a nuestra línea de acción, enfocada en garantizar los derechos de los miembros de la comunidad LGBTI. Sin embargo, algunas instituciones aún siguen los estatutos del MIES, y esto requiere actualización. El respaldo del Ministerio de la Mujer es crucial, ya que contribuye al asesoramiento en la obtención de la personería jurídica. Nuestra recomendación es impulsar la conversión de las fundaciones en personería jurídica, lo que nos ha permitido desarrollar proyectos de sensibilización y capacitación de manera efectiva.

- ¿Cuáles son los principales desafíos legales que enfrentan las fundaciones LGBTI en Ecuador, y cómo trabajan para superarlos en su labor por la comunidad?

En nuestros esfuerzos por generar conciencia, nos dirigimos a diversos sectores, incluyendo ámbitos políticos y educativos, con el objetivo de fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI. En el ámbito político, nos enfrentamos al desafío de la falta de conocimiento sobre los derechos de esta comunidad por parte de algunos servidores públicos. Esta carencia de comprensión puede resultar en un estancamiento en lugar de un avance en el respaldo a la causa. La adopción es uno de los temas que presenta desafíos legales para la comunidad LGBTI, y es necesario abordar este asunto para garantizar la igualdad de derechos en este ámbito. Además, nos enfrentamos a la preocupación por la seguridad de las personas LGBTI en las cárceles del país, donde es esencial trabajar en medidas que protejan sus derechos y bienestar en estos entornos. Asimismo, abogamos por un reconocimiento más efectivo de la cuota laboral para personas LGBTI. La resolución de este tema se vuelve crucial para fomentar la inclusión y el apoyo a aquellos que pertenecen a la comunidad LGBTI en el ámbito laboral.

- En su experiencia, ¿cómo colaboran las fundaciones LGBTI con las autoridades y otras organizaciones para fortalecer las actividades para la comunidad LGBTI?

Hemos recibido una formación integral que nos permite comprender las dinámicas involucradas en el apoyo a la comunidad LGBTI. Consideramos crucial la participación activa de las autoridades y las organizaciones de la sociedad civil para abordar las necesidades y luchar por los derechos de nuestra comunidad. La colaboración estrecha entre las fundaciones y las autoridades es esencial, creando un sólido respaldo mutuo. Sin embargo, es importante destacar que nuestros eventos no cuentan con el respaldo oficial de las autoridades, lo que subraya la necesidad de contar con voluntades políticas comprometidas que se unan a nuestras causas para impulsar un cambio significativo.

#### ***4.6.2. Conclusión de las entrevistas***

##### **4.6.2.1. Entrevistas enfocadas al diseño gráfico del proyecto.**

En las entrevistas con los diseñadores gráficos Antonio Mena y Felipe Jácome, ambos resaltan la importancia de la empatía y la comprensión del tema al abordar la creación de carteles sociales. Mena (2023) destaca la necesidad de conocer al público objetivo y de generar piezas estéticas y funcionales que provoquen una respuesta emotiva. Por otro lado, Jácome (2023) resalta el papel central de las imágenes en el diseño, asignando

mayor peso a sus decisiones como diseñador y considerando la investigación sobre la audiencia y la problemática social para optimizar el impacto emocional.

Ambos diseñadores han trabajado en carteles significativos dentro del ámbito social, abordando temas como la violencia contra mujeres indígenas y el trabajo forzado. La neutralidad en temas sociales y la originalidad son aspectos clave en el enfoque de ambos diseñadores, quienes buscan equilibrar la llamada a la acción con la sensibilidad hacia los temas que abordan, utilizando estrategias visuales impactantes y conceptuales.

#### **4.6.2.2. Entrevistas enfocadas a la comunidad LGBTI+.**

En las entrevistas realizadas a representantes de la fundación Visión y Diversidad de la ciudad de Ambato, Ecuador, se destaca la ausencia de normativas específicas para esta comunidad en el cantón. Aunque hay pautas internas gubernamentales que promueven la inclusión y el respeto, se enfrenta el desafío del desconocimiento de estos temas por parte de muchos funcionarios públicos, limitando la expresión libre de la comunidad. La educación se plantea como clave para abordar la discriminación, y se señala la variación en la aceptación social según las edades, con la influencia de la educación y la cultura.

Las iniciativas clave de la fundación se centran en el apoyo social, entregando kits y brindando asesoría y capacitación. Se resalta la importancia de la visibilidad diaria y se busca respaldo político para ampliar la difusión. La colaboración con otras instituciones y la participación de más de 500 personas en un desfile (2023) evidencian un respaldo significativo en Ambato. Sin embargo, se enfrentan desafíos considerables, incluyendo la discriminación arraigada en lo religioso y político, y obstáculos económicos. La desconfianza y los intereses individuales dentro de la comunidad LGBTI también presentan desafíos. La fundación destaca su participación en procesos legales, Amicus Curiae<sup>1</sup>, y su responsabilidad fiscal.

En términos de respaldo legal, la fundación busca actualizaciones y destaca la importancia del respaldo del Ministerio de la Mujer. Se abordan desafíos específicos,

---

<sup>1</sup> Amicus Curiae es una expresión en latín que significa amigo del tribunal. Se refiere a una persona o entidad que no es parte directa en un caso legal, pero que presenta información, argumentos o perspectivas adicionales al tribunal con el objetivo de influir en la decisión del caso.

como la adopción y la seguridad en cárceles, y se aboga por una mejor implementación de la cuota laboral.

#### 4.7. Encuestas

Las encuestas se realizaron a ciudadanos ambateños con un rango de 18 a 24 años, con un total de 376 encuestas, la encuesta estuvo integrada por 16 preguntas.

##### 4.7.1. Análisis de las encuestas

La primera interrogante se centra en determinar el porcentaje de participantes que se identifica con el género femenino, masculino o prefiere identificarse con otro género.

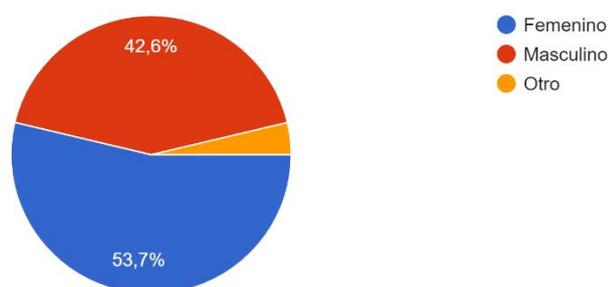
**Tabla 4.**

*Género de identificación*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	202	53,7%
Masculino	160	42,6%
Otro	14	3,7%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

Género de Identificación  
376 respuestas



### *Imagen 1. Género de identificación*

#### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 53,7% (202 personas) pertenece al género femenino, mientras que el 42,6% (160 personas) corresponde al género masculino, y el 3,7% (14 personas) al grupo otro.

#### **Interpretación**

Con el resultado de la pregunta se observa que la mayoría de personas que respondieron a la encuesta se identifican como mujeres, y en menor porcentaje se representan por otro, lo que demuestra que estas personas encuestadas proporcionan una visión demográfica equilibrada, destacando la diversidad de género dentro de la muestra encuestada.

#### **Pregunta No. 1**

##### *Tabla 5.*

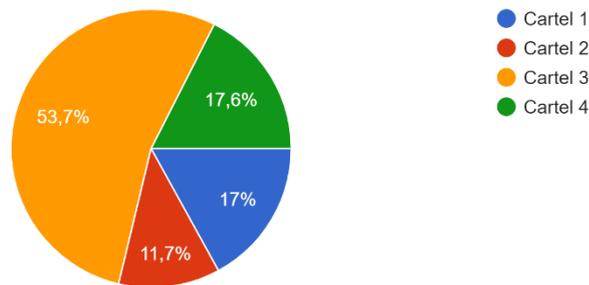
##### *Pregunta No.1*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cartel 1	64	17%
Cartel 2	44	11,7%
Cartel 3	202	53,7%
Cartel 4	66	17,6%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

1. ¿Del siguiente listado de carteles cuál considera que comunique mejor el mensaje sobre el calentamiento global?

376 respuestas



*Imagen 2. Pregunta No.1*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 17% (64 personas) eligieron el cartel 1, mientras que el 11,7% (44 personas) el cartel 2, el 53,7% (202 personas) el cartel 3, y finalmente el 17,6% (66 personas) el cartel 4 sobre el mensaje del calentamiento global.

### **Interpretación**

En los resultados de la pregunta que exploró la efectividad de diversos mensajes sobre el calentamiento global, se observa que la mayoría de las personas favoreció el cartel 3 como su opción preferida. Por el contrario, el cartel 2 fue seleccionado por el menor número de participantes, lo que podría indicar qué tipo de mensaje resulta más atractivo para el público.

### **Pregunta No. 2**

#### **Tabla 6.**

#### *Pregunta No.2*

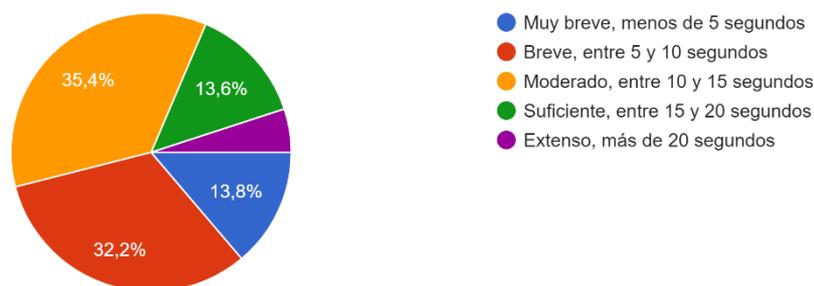
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy breve, menos de 5 segundos	52	13,8%

Breve, entre 5 y 10 segundos	121	32,2%
Moderado, entre 10 y 15 segundos	133	35,4%
Suficiente, entre 15 y 20 segundos	51	13,6%
Extenso, más de 20 segundos	19	5%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

2. ¿Usted como espectador cuánto tiempo le dedica a observar el diseño de una publicidad o cartel?

376 respuestas



**Imagen 3. Pregunta No.2**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 13,8% (52 personas) eligieron la opción muy breve menos de 5 segundos, mientras que el 32,2% (121 personas) la opción breve entre 5 y 10 segundos, el 35,4% (133 personas) la opción moderada entre 10 y 15 segundos, el 13,6% (51 personas) la opción suficiente entre 15 y 20 segundos, y finalmente el 5% (19 personas) la opción extensa más de 20 segundos, referente al tiempo que se le dedica a observar el diseño de una publicidad o cartel.

### **Interpretación**

En el análisis de la pregunta sobre el tiempo dedicado a observar el diseño de publicidad o carteles, se evidencia una variación en las preferencias. La mayoría de los

participantes optó por la opción moderada, dedicando entre 10 y 15 segundos, mientras que la opción extensa, con más de 20 segundos, fue seleccionada por un número reducido de personas. Estos resultados destacan la diversidad de comportamientos en la atención a los diseños publicitarios entre los encuestados.

### Pregunta No. 3

*Tabla 7.*

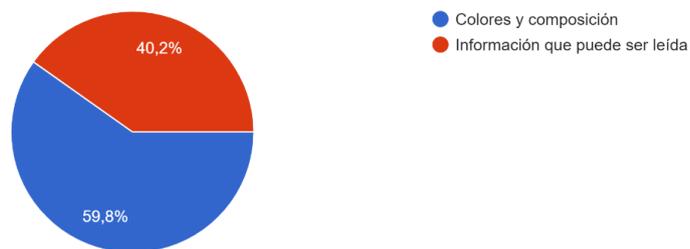
*Pregunta No.3*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Colores y composición	225	59,8%
Información que puede ser leída	151	40,2%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

3. ¿Cuándo observa un cartel por la calle, usted les presta más atención a los colores y su composición o a la información que puede ser leída?

376 respuestas



*Imagen 4. Pregunta No.3*

### Análisis

Del total de 376 personas encuestadas, el 59,8% (225 personas) eligieron la opción colores y composición, mientras que el 40,2% (151 personas) la información que puede ser leída, sobre lo que se presta más atención en un cartel por la calle.

## **Interpretación**

En los resultados de la pregunta acerca de las preferencias al observar carteles en la calle, resalta que la mayoría se inclina mayoritariamente hacia la opción que enfatiza colores y composición visual. En contraste, la opción que indica que la información puede ser leída en el cartel tiene una menor aceptación. Esto indica que la mayoría de las personas prestan más atención a la estética visual, mientras que un grupo valora más la información textual al evaluar carteles en entornos urbanos.

### **Pregunta No. 4**

#### ***Tabla 8.***

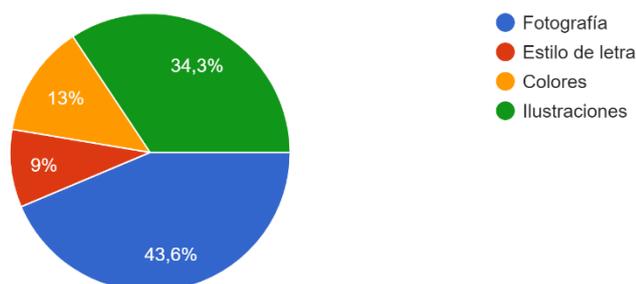
##### *Pregunta No.4*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Fotografía	164	43,6%
Estilo de letra	34	9%
Colores	49	13%
Ilustraciones	129	34,3%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

4. ¿Cuándo usted observa un diseño (infografía, anuncio, post publicitarios relacionados a temas de actualidad) cuál de los siguientes elementos considera más impactantes?

376 respuestas



*Imagen 5. Pregunta No. 4*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 43,6% (164 personas) eligieron fotografía, mientras que el 9% (34 personas) el estilo de letra, el 13% (49 personas) los colores, y finalmente el 34,3% (129 personas) las ilustraciones, referente al elemento más importante de un diseño.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre los elementos más relevantes en el diseño, se destaca que la mayoría considera la fotografía como el componente más crucial, seguido en menor medida por el estilo de letra, estos resultados sugieren que, según la percepción de los encuestados, la fotografía ostenta un papel preponderante en el diseño.

### **Pregunta No. 5**

#### **Tabla 9.**

#### *Pregunta No.5*

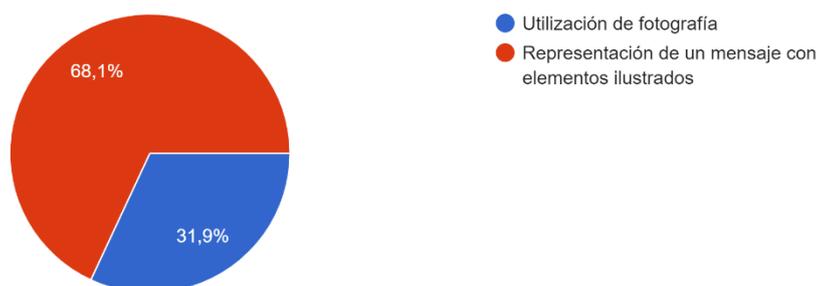
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Utilización de fotografía	120	31,9%

Representación de un mensaje con elementos ilustrados	256	68,1%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023).

5. ¿Según su criterio cuál de las siguientes opciones facilitaría comunicar un fin social en un cartel?

376 respuestas



*Imagen 6. Pregunta No.5*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 31,9% (120 personas) eligieron la opción utilización de fotografía, mientras que el 68,1% (256 personas) la opción representación de un mensaje con elementos ilustrados, referente a la facilidad de comunicar un fin social en un cartel.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre la facilidad de comunicar un mensaje social en un cartel, resalta que la mayoría considera más efectiva la representación de un mensaje mediante elementos ilustrados. Esto sugiere que una abrumadora mayoría de encuestados percibe que la representación visual a través de elementos ilustrados es más eficaz para comunicar objetivos sociales en comparación con el uso de fotografías.

### **Pregunta No. 6**

**Tabla 10.**

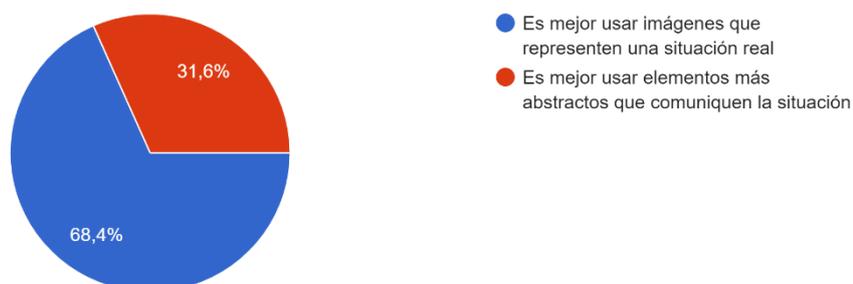
*Pregunta No.6*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Es mejor usar imágenes que representen una situación real	257	68,4%
Es mejor usar elementos más abstractos que comuniquen la situación	119	31,6%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023).

6. ¿Considera que el ser explícito en cuanto al uso de imágenes en un cartel es más viable que utilizar elementos que no necesariamente expresen situaciones reales?

376 respuestas



**Imagen 7. Pregunta No.6**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 68,4% (257 personas) eligieron la opción es mejor usar imágenes que representen una situación real, mientras que el 31,6% (119 personas) la opción es mejor usar elementos más abstractos que comuniquen la situación en relación a la explicites en un cartel.

## Interpretación

En la pregunta sobre las preferencias en la representación visual en carteles, resalta que la mayoría de los encuestados considera preferible utilizar imágenes que representen situaciones reales. Esto indica una clara inclinación hacia la preferencia por representaciones visuales más realistas y concretas al abordar temas específicos.

### Pregunta No. 7

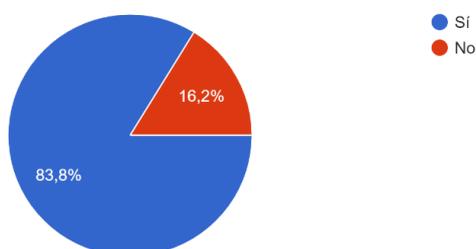
#### Tabla 11.

#### Pregunta No.7

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	231	83,8%
No	145	16,2%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

7. ¿Usted comprende la definición de "rol de género"?  
376 respuestas



*Imagen 8. Pregunta No.7*

## Análisis

Del total de 376 personas encuestadas, el 83,8% (231 personas) eligieron la opción Sí, mientras que el 16,2% (145 personas) la opción No, en función de la comprensión del término rol de género.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre la comprensión del término "rol de género", se destaca que una abrumadora mayoría respondió afirmativamente, indicando que comprenden el concepto. Esto sugiere que la gran mayoría de los encuestados tiene una comprensión del término, aunque un segmento significativo aún podría no estar familiarizado o no comprender completamente dicho concepto.

### **Pregunta No. 8**

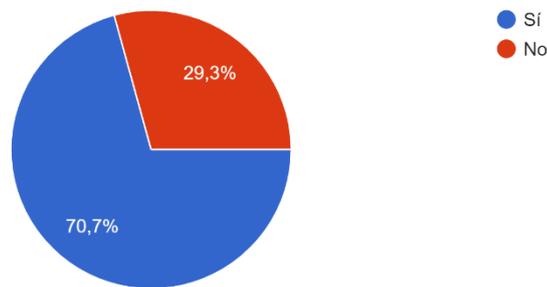
#### ***Tabla 12.***

#### ***Pregunta No.8***

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	266	70,7%
No	110	29,3%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

8. ¿Considera que los roles de género involucran cuestiones identitarias y también biológicas?  
376 respuestas



*Imagen 9. Pregunta No.8*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 70,7% (266 personas) eligieron la opción Sí, mientras que el 29,3% (110 personas) la opción No, referente a que los roles de género involucran cuestiones identitarias y biológicas.

### **Interpretación**

En la pregunta acerca de la percepción de los roles de género, se destaca que la mayoría de personas seleccionó la opción "Sí", indicando que consideran que los roles de género abarcan cuestiones identitarias y biológicas. Sin embargo, un segmento menor no comparte esta perspectiva.

### **Pregunta No. 9**

#### **Tabla 13.**

#### *Pregunta No.9*

---

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
-----------------	-------------------	-------------------

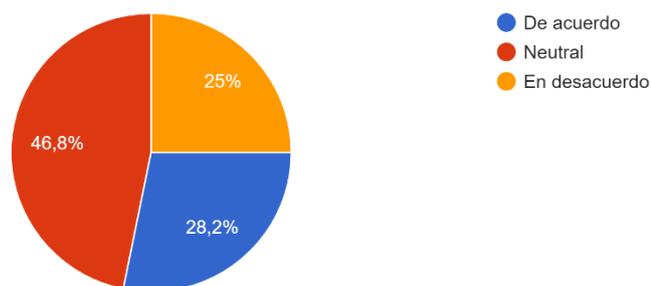
---

De acuerdo	106	28,2%
Neutral	176	46,8%
En desacuerdo	94	25%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

9. ¿Usted considera que el comportamiento de una persona es un determinante para saber su orientación sexual?

376 respuestas



**Imagen 10. Pregunta No.9**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 28,2% (106 personas) eligieron la opción De acuerdo, mientras que el 46,8% (176 personas) la opción Neutral, y finalmente el 25% (94 personas) la opción En desacuerdo, en función si el comportamiento de una persona es un determinante para conocer su orientación sexual.

### **Interpretación**

En la pregunta acerca de la relación entre el comportamiento y la orientación sexual, se observa que la mayoría eligió la opción "Neutral", indicando una posición equidistante en cuanto a considerar o no que el comportamiento de una persona es un determinante para conocer su orientación sexual. Estos datos sugieren una diversidad de opiniones en

la percepción de cómo el comportamiento se vincula con la orientación sexual, con un segmento considerable adoptando una posición neutral.

### **Pregunta No. 10**

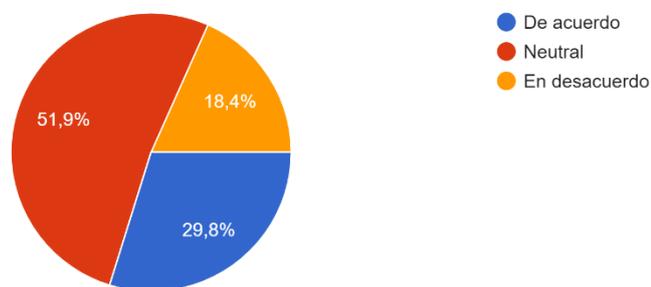
#### **Tabla 14.**

#### *Pregunta No. 10*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	112	29,8%
Neutral	195	51,9%
En desacuerdo	69	18,4%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

10. ¿Usted considera que la gente ya no impide que las personas LGBTI se expresen como deseen?  
376 respuestas



**Imagen 11. Pregunta No. 10**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 29,8% (112 personas) eligieron la opción De acuerdo, mientras que el 51,9% (195 personas) la opción Neutral, y finalmente el 18,4% (69 personas) la opción En desacuerdo, referente a que la gente ya no impide que personas LGBTI se puedan expresar libremente.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre la percepción de la libertad de expresión para personas LGBTI, se destaca que la mayoría eligió la opción "Neutral", indicando una postura equidistante en cuanto a si la sociedad impide o no que las personas LGBTI se expresen libremente. Esto refleja diversidad de opiniones acerca de la aceptación y la libertad de expresión para la comunidad LGBTI en la sociedad.

### **Pregunta No. 11**

#### ***Tabla 15.***

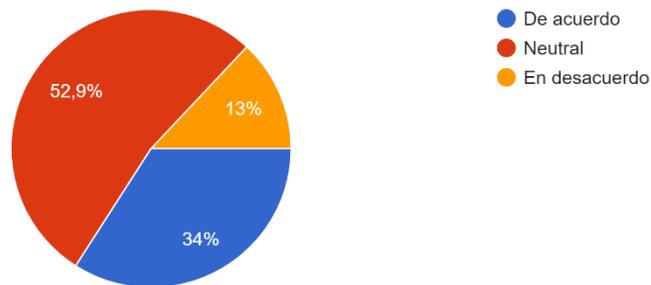
#### *Pregunta No.11*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	128	34%
Neutral	199	52,9%
En desacuerdo	48	13%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

11. ¿Usted cree que la representación de personas LGBTI en los medios se realiza desde el respeto hacia ellos?

376 respuestas



*Imagen 12. Pregunta No.11*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 34% (128 personas) eligieron la opción De acuerdo, mientras que el 52,9% (199 personas) la opción Neutral, y finalmente el 13% (48 personas) la opción En desacuerdo, referente a la representación de las personas LGBTI se realiza con respeto en los medios.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre la percepción de la representación de personas LGBTI en los medios, se destaca que la mayoría eligió la opción "Neutral", indicando una postura equidistante en cuanto a si la representación de personas LGBTI se realiza con respeto en los medios, con un porcentaje considerable adoptando una posición neutral al respecto.

### **Pregunta No. 12**

#### **Tabla 16.**

*Pregunta No.12*

---

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

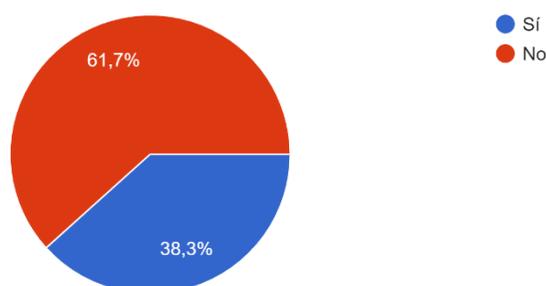
---

Sí	144	38,3%
No	232	61,7%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

12. ¿Usted alguna vez se ha limitado a realizar alguna actividad o usar alguna vestimenta específica porque ve comprometida su orientación sexual?

376 respuestas



**Imagen 13. Pregunta No.12**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 38,3% (144 personas) eligieron la opción Sí, mientras que el 61,7% (232 personas) la opción No, referente que si alguna vez se a limitado a realizar alguna actividad o usar alguna vestimenta por ver comprometida su orientación sexual.

### **Interpretación**

En la pregunta acerca de limitaciones en actividades o vestimenta debido a la preocupación por la orientación sexual, destaca que la mayoría eligió la opción "No", indicando que no han experimentado restricciones en sus acciones o elecciones de vestimenta debido a preocupaciones sobre su orientación sexual. No obstante, existe una parte considerable que ha experimentado limitaciones basadas en su orientación sexual.

### **Pregunta No. 13**

**Tabla 17.**

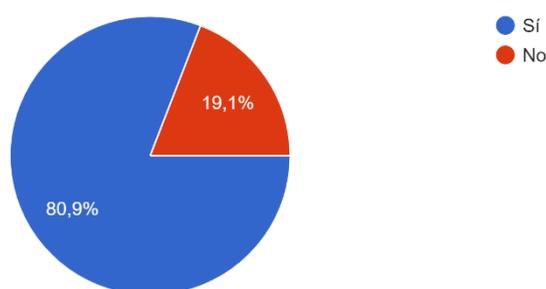
*Pregunta No.13*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	304	80,9%
No	72	19,1%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

13. ¿Usted apoya los derechos de las personas LGBTI?

376 respuestas



**Imagen 14. Pregunta No.13**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 80,9% (304 personas) eligieron la opción Sí, mientras que el 19,1% (72 personas) la opción No, en apoyo a los derechos de las personas LGBTI.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre el apoyo a los derechos de las personas LGBTI, destaca que una abrumadora mayoría eligió la opción "Sí", indicando un claro respaldo a los derechos de esta comunidad. Estos resultados reflejan una amplia aceptación y apoyo hacia los

derechos de las personas LGBTI en la muestra encuestada, con una minoría que presenta una postura contraria.

### **Pregunta No. 14**

**Tabla 18.**

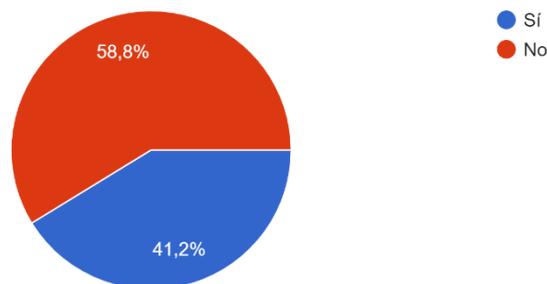
*Pregunta No.14*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	155	41,2%
No	221	58,8%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

14. ¿Usted conoce acerca de campañas educativas dirigidas a fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI en su entorno?

376 respuestas



**Imagen 15. Pregunta No.14**

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 41,2% (155 personas) eligieron la opción Sí, mientras que el 58,8% (221 personas) la opción No, en función de que si conoce las campañas educativas dirigidas a fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI en el entorno.

## Interpretación

En la pregunta sobre el conocimiento de campañas educativas dirigidas a fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI en su entorno, destaca que la mayoría eligió la opción "No", indicando que no tiene conocimiento de tales campañas. Esto señala una falta generalizada de conciencia sobre campañas educativas destinadas a promover el apoyo a la comunidad LGBTI.

### Pregunta No. 15

#### Tabla 19.

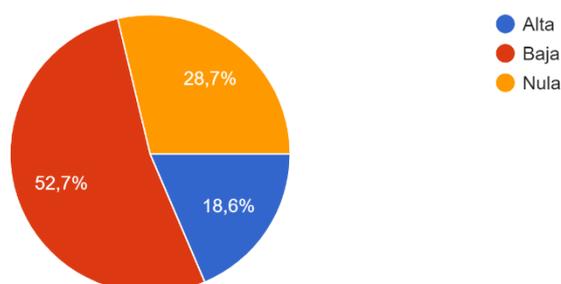
##### Pregunta No.15

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alta	70	18,6%
Baja	198	52,7%
Nula	108	28,7%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

15. ¿Según su opinión a observado a las personas de su entorno que participen activamente en eventos comunitarios que buscan promover el apoyo a la comunidad LGBTI?

376 respuestas



**Imagen 16.** Pregunta No.15

## **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 18,6% (70 personas) eligieron la opción Alta, mientras que el 52,7% (198 personas) la opción Baja, y finalmente el 28,7% (108 personas) la opción Nula, en función de que si las personas participen activamente en eventos comunitarios que busquen promover el apoyo a la comunidad LGBTI.

## **Interpretación**

En la pregunta sobre la participación en eventos comunitarios para promover el apoyo a la comunidad LGBTI, se observa que la mayoría de encuestados eligió la opción "Baja", indicando una participación limitada en este tipo de eventos.

## **Pregunta No. 16**

### *Tabla 20.*

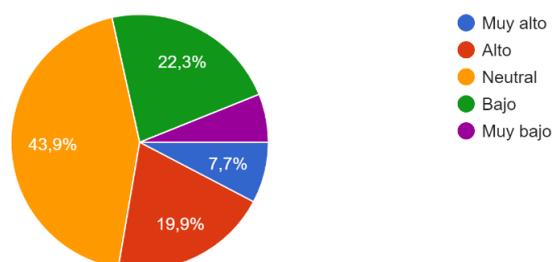
#### *Pregunta No.16*

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy alto	29	7,7%
Alto	75	19,9%
Neutral	165	43,9%
Bajo	84	22,3%
Muy bajo	23	6,2%
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

16. ¿Cómo evaluaría usted el nivel de visibilidad y representación de la comunidad LGBTI en los medios de comunicación y la cultura popular?

376 respuestas



*Imagen 17. Pregunta 16*

### **Análisis**

Del total de 376 personas encuestadas, el 7,7% (29 personas) eligieron la opción Muy alto, el 19,9% (75 personas) la opción Alto, el 43,9% (165 personas) la opción Neutral, el 22,3% (84 personas) la opción Bajo, y finalmente el 6,2% (23 personas) la opción Muy bajo, referente al nivel de visibilidad y representación de la comunidad LGBTI en los medios de comunicación y la cultura popular.

### **Interpretación**

En la pregunta sobre el nivel de visibilidad y representación de la comunidad LGBTI en los medios de comunicación y la cultura popular, se observa una diversidad de opiniones. La mayoría eligió la opción "Neutral", indicando una posición equidistante en este aspecto. Por otro lado, la minoría optó por las opciones "Bajo" y "Muy bajo", sugiriendo un nivel percibido como insuficiente.

#### **4.7.2. Conclusión de las encuestas**

En conclusión, los resultados demográficos de la encuesta revelan una representación equilibrada en cuanto al género de los participantes, destacando la diversidad dentro de la muestra. La predominancia de respuestas femeninas indica una participación activa de mujeres en el estudio, lo que enriquece la perspectiva demográfica y permite obtener una visión más completa de las preferencias y percepciones del público encuestado.

#### **4.7.2.1. Análisis encuesta enfocado al diseño gráfico del proyecto.**

En relación con los resultados sobre la efectividad de mensajes en carteles y publicidad, sugiere la importancia de un diseño atractivo y mensajes impactantes para captar la atención del público. Además, en términos de preferencias en la representación visual, la inclinación hacia imágenes que reflejan situaciones reales indica una conexión preferida con representaciones con composición preferente como se lo puede visualizar en el Anexo 4 en la pregunta 1. Este patrón se refuerza por la elección mayoritaria de la opción que destaca colores y composición visual al observar carteles en la calle, señalando que la estética visual desempeña un papel crucial en la percepción de la información por parte del público encuestado. En conjunto, estos resultados resaltan la importancia del diseño visual y la autenticidad en la comunicación efectiva en entornos publicitarios y de mensajes sociales.

#### **4.7.2.2. Análisis encuesta enfocado a la comunidad LGBTI.**

La encuesta revela una comprensión generalizada del término "rol de género" entre los participantes, aunque existe un segmento significativo que podría no estar completamente familiarizado con dicho concepto. La mayoría de los encuestados reconoce que estos abarcan cuestiones identitarias y biológicas, aunque una minoría mantiene una perspectiva diferente. En relación con la libertad de expresión para personas LGBTI, se destaca la diversidad de opiniones, ya que la mayoría adopta una posición neutral, reflejando así la variabilidad en la percepción de la aceptación y libertad de expresión para esta comunidad en la sociedad.

En cuanto a la representación de personas LGBTI en los medios, la mayoría de los participantes muestra una postura neutral, indicando percepciones equidistantes sobre si la representación se realiza con respeto. Además, la encuesta resalta la necesidad de aumentar la conciencia sobre campañas educativas dirigidas a fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI, ya que la mayoría de los encuestados indica que no tiene conocimiento de tales iniciativas. En temas de limitaciones basadas en la orientación sexual, la mayoría no ha experimentado restricciones considerando que la encuesta no estaba focalizada a personas de la comunidad LGBTI. Por último, los resultados evidencian un claro respaldo a los derechos de las personas LGBTI, con una abrumadora mayoría mostrando su apoyo, a pesar de una minoría que presenta una postura contraria.

La participación limitada en eventos comunitarios y la percepción variada sobre el nivel de visibilidad en los medios subrayan la necesidad de continuar trabajando hacia una mayor comprensión y aceptación en la sociedad.

## CAPÍTULO V

### 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 5.1. Memoria Descriptiva y Justificativa

La propuesta busca abordar la necesidad imperante de una representación más inclusiva y respetuosa de la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato. El diseño de carteles ilustrados emerge como una herramienta estratégica para promover la visibilidad, empoderamiento y comprensión de las diversas identidades que conforman esta comunidad en constante evolución.

La ciudad de Ambato, como microcosmos social, se beneficiará la implementación de estrategias visuales que desafíen estereotipos y presenten narrativas auténticas y positivas de la comunidad LGBTI. La representación visual es un medio poderoso para contrarrestar prejuicios y construir puentes de comprensión. La ausencia o representación estereotipada en los medios puede contribuir a la perpetuación de la discriminación. Por lo tanto, es fundamental aprovechar el diseño de carteles ilustrados como un vehículo para la generación de conciencia, promoviendo un ambiente inclusivo en Ambato donde todas las personas, independientemente de su orientación sexual, se sientan reflejadas y valoradas. La metodología se centrará en la colaboración cercana con la comunidad LGBTI para asegurar representaciones auténticas y enriquecedoras que fomenten la aceptación y el respeto en el tejido social de Ambato.

#### 5.2. Descripción del proyecto

##### *5.2.1. Brief del proyecto*

Personas de 18 a 24 años, tungurahueses, con diversidad de género, de estado civil indistinto y con un nivel académico secundario o universitario.

##### *5.2.2. Segmentación de Mercado*

###### **5.2.2.1. Geográfico.**

País: Ecuador

Región: Sierra Centro

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

#### **5.2.2.2. Demográfico.**

Género: Diversidad de géneros

Estado civil: Indistinto

#### **5.2.2.3. Psicográfico.**

Personas con personalidad amigable, cordiales y solidarias, con un estilo de vida colectivo y social, cuyos valores irradian respeto, responsabilidad y empatía.

#### **5.2.3. Mensaje clave (Concept / Copy)**

La comunidad LGBTI enfocado en su apoyo social ante la comunidad del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua. El slogan o frase que conecta los mensajes individuales de los carteles es el de “Cada Color Cuenta” haciendo una referencia a los colores de las banderas LGBTI y la diversidad de experiencias y personas.

#### **5.2.4. Referencias**

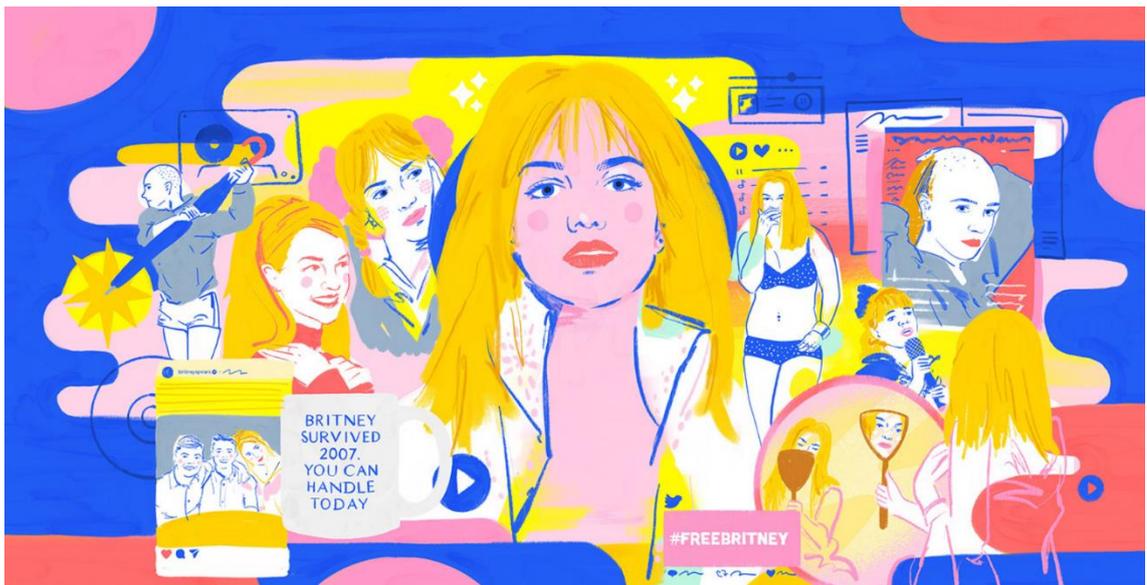
Como primer referente se encuentra el ilustrador Tavo Montaña proveniente de Aguas Calientes, México. Quien ya ha trabajado previamente una propuesta de ilustración referente al género y por ende relacionado a la comunidad LGBTI. Este referente se estableció a partir de la paleta monocromática de cada personaje algo que se deseaba lograr en las propuestas finales.



*Imagen 18. Referencia de Tavo Montañez*

**Fuente:** (Montañez, 2023)

Como segundo referente se menciona a Juan Pablo Dellacha Diseñador gráfico e Ilustrador de Buenos Aires, Argentina. Si bien la cantidad de estilos que posee son sumamente versátiles particularmente este que se plantea el realismo suficiente para reconocer la figura humana y al mismo tiempo conserva rasgos ilustrados dentro de sus pinceladas lo cual enriquecerá las ilustraciones.



*Imagen 19. Referencia Juan Pablo Dellacha*

**Fuente:** (Dellacha, 2023)

Como tercer referente se encuentra Mei Mei una ilustradora de moda freelancer actualmente establecida en Cambridge. Su estilo enfatiza los trazos marcados con textura, utilizando pinceles digitales que precisamente imitan a las brochas usadas en pinturas análogas tradicionales. Por ello se establecieron detalles usando este tipo de pinceles en la parte de coloreado digital.



***Imagen 20. Referencia Mei Mei***

**Fuente:** (Mei Mei, 2023)

#### ***5.2.5. Estilo y tono***

Las siguientes propuestas de diseño buscan aplicar un estilo de ilustración semirealista y monocromática a través del uso de software de diseño como Illustrator y Photoshop para su composición digital, con el objetivo de ser material de impresión. Buscando un tono de PROTESTA y VISIBILIDAD con un enfoque de CONCIENTIZACIÓN, el modelo de cartel se basa en la combinación de mensajes textuales junto a las ilustraciones, utilizando la alusión como figura retórica. Al referenciar en parte personajes o franquicias que se encuentran presentes en el imaginario popular, se pretende impulsar el interés del espectador. Incluso si este elemento es obviado por el público, no se encontrará inconveniente en la transmisión del mensaje.

### **5.2.6. Contenido**

Línea de 5 carteles de 50 x 70 cm en donde cada uno representa a una letra de la comunidad LGBTI.

### **5.2.7. Cromática**

En la aplicación de la paleta de las propuestas, se optó por un tono neutro beige como fondo, diseñado para resaltar la paleta única de cada ilustración. Cada representación gráfica incorpora colores basados en las banderas que simbolizan a cada letra de la comunidad LGBTI.

- En el cartel que representa a las lesbianas, los colores anaranjado y rojo, al ser análogos, se combinan para crear una expresión visual vibrante.
- Para el cartel que destaca a los hombres gay, se seleccionaron el cian y el azul marino, colores culturalmente asociados a la masculinidad.
- En la representación bisexual, se utilizaron los tres colores: azul, magenta, y violeta, simbolizando lo masculino, lo femenino y la atracción por ambos, respectivamente.
- La comunidad trans se ve reflejada a través de tres colores: azul claro, rosado y blanco, transmitiendo la diversidad entre lo masculino, lo femenino y la transición entre ambos espectros.
- Finalmente, las personas intersexuales encuentran su representación gráfica en los colores rojo púrpuro y amarillo mostaza, no solo como complementarios, sino también como símbolos de integridad y simplicidad.

### **5.2.8. Tipografía**

Para la composición tipográfica se usó dos variantes de la misma fuente la cual se presenta a continuación:

#### **5.2.8.1. Tipo Helvetica Now Display - Extra Bold.**

Fuente tipográfica principal utilizada para mayor parte del mensaje textual de cada cartel.

## **Helvetica Now Display Extra bold**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
123456789**

*Imagen 21. Tipo Helvetica Now Display - Extra Bold*

### **5.2.8.2. Tipo Helvetica Now Display - Extra Black.**

Fuente tipográfica secundaria utilizada para resaltar palabras clave del mensaje textual y también para el concepto “Cada color cuenta”.

## **Helvetica Now Display Extra Black**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
123456789**

*Imagen 22. Tipo Helvetica Now Display - Extra Black*

### **5.2.9. Malla modular**

Para el desarrollo de estas propuestas estableció una platilla modular dentro de las dimensiones de 50 x 70 cm previamente mencionadas. A partir de ahí se construyó un margen de 3 x 3 cm desde el borde del formato, y con ese borde se trazaron líneas entre las esquinas del mismo marcando las mitades y así formando los cuadrantes respectivos de la malla resultando en un tamaño de 3,5 x 3,8 cm en cada uno de ellos. Revisar anexo 6 imagen 41.

Estos cuadrantes establecieron las filas y columnas para ser distribuidas entre el texto, espacio para las ilustraciones y un cuadrante inferior izquierdo para el slogan de los carteles “Cada color cuenta”.

### ***5.2.10. Descripción de las propuestas***

#### **5.2.10.1. Propuesta para lesbianas.**

Este cartel lo encabeza el mensaje “¡El amor y la justicia nunca perderán!” un mensaje que además de establecer el amor lésbico como uno totalmente válido, también hace alusión a la franquicia de animación japonesa “Sailor Moon” cuyos valores eran esos mismos y el concepto se completa con la ilustración de los dos personajes femeninos vistiendo los trajes de la serie animada mientras una a la otra le da un beso en la mejilla.

#### **5.2.10.2. Propuesta para gays.**

Para este cartel el mensaje escrito es “¡Para proteger al mundo de la discriminación!” siendo que los miembros de la comunidad LGBTI suelen sufrir discriminación en sus diversos entornos este mensaje le da un giro a la situación estableciendo que el mostrarse es en sí aquello que disminuye la discriminación, y también la conceptualización se basa en el inicio del lema del “Equipo Rocket” proveniente de la franquicia de animación y videojuegos “Pokemón” completando la alusión al mismo con los personajes masculinos ya que llevan el uniforme de dicho equipo mientras mantienen una pose dinámica mirándose mutuamente y les acompaña un gato con rasgos del pokemón “Meowth” que acompañaba a este equipo en todas sus aventuras.

#### **5.2.10.3. Propuesta para bisexuales.**

El mensaje en este cartel es “¡Es lo mejor de ambos mundos!” refiriéndose a la atracción sexual y romántica tanto a hombres como mujeres y también es una traducción de la frase en inglés “The best of both worlds” proveniente de la serie de televisión Hanna Montana. En la ilustración de los personajes se representa esta atracción con un personaje en medio quien lleva el logo de la serie mencionada junto a un atuendo similar a la protagonista y a sus lados tanto una chica y un chico quienes forman un corazón con sus manos sobre su cabeza.

#### **5.2.10.4. Propuesta para transexuales.**

El escrito enuncia lo siguiente “¡Cómo mariposa yo me transformo!” un fragmento de la canción “Saoko” de la cantautora Rosalía. Además de referirse a un cambio relacionado al camino de las personas trans es una comparación con la metamorfosis de las mariposas. En la ilustración se establecen dos personajes de silueta y corporalidad masculina y femenina, ambos portando un casco con el isotipo del álbum musical “Motomami” de donde proviene la canción antes mencionada. Por parte del personaje masculino resaltan las cicatrices debajo de su pecho, comunes en cirugías de hombres trans que deciden masculinizar su torso y por parte del personaje femenino resalta un “body” estructurado con una abstracción de vulva y una acentuación en la zona genital resaltando el hecho de ser una mujer trans. La paleta de color en ambos personajes conforma los colores de la bandera trans.

#### **5.2.10.5. Propuesta para intersexuales.**

La frase en este cartel es “¡Mi cuerpo no limita mi poder!” que marca el empoderamiento de las personas intersexuales para no ser vistas de manera despectiva por su biología y notar que son más que ello. También esta frase se relaciona a la serie de animación japonesa de los años noventa “Ranma ½” cuyo personaje “Ranma Saotome” cambiaba de una corporalidad masculina y femenina al tocar el agua siendo un referente de la dualidad del ser humano. Es por ello que el personaje presentado en ilustración viste una camisa china junto a un pantalón holgado y zapatos de “kung fu” similares a los del personaje antes mencionado, también está dividido entre una parte masculina y femenina para que en el centro se resalte un corazón presentando lo cual representa su emocionalidad por sobre su apariencia.

#### **5.2.11. Propuesta de bocetos**

El proceso de creación de bocetos para el diseño de carteles ilustrados es crucial para transmitir de manera efectiva los valores de inclusión, diversidad y respeto.

##### **5.2.11.1. Boceto sobre lesbianas.**



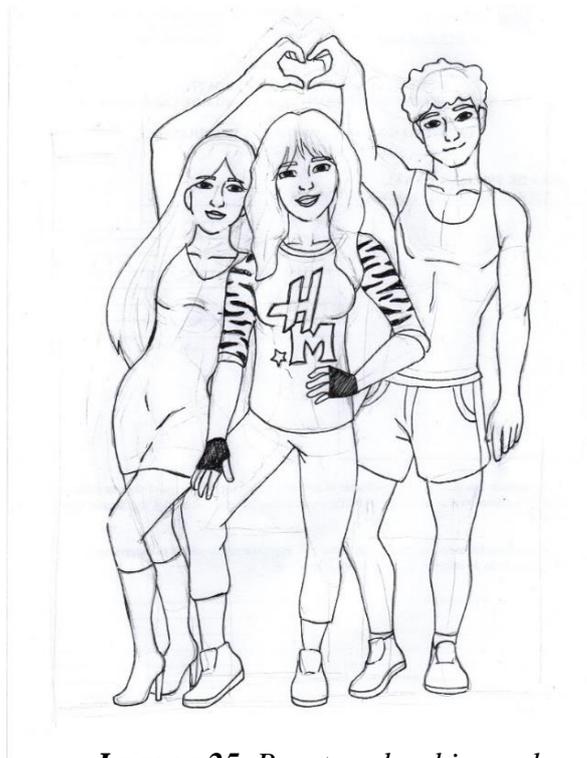
*Imagen 23. Boceto sobre lesbianas*

**5.2.11.2. Boceto sobre gays.**



*Imagen 24. Boceto sobre gays*

**5.2.11.3. Boceto sobre bisexuales.**



*Imagen 25. Boceto sobre bisexuales*

#### **5.2.11.4. Boceto sobre transexuales**



*Imagen 26. Boceto sobre transexuales*

### 5.2.11.5. Boceto sobre intersexuales



*Imagen 27. Boceto sobre intersexuales*

### 5.2.12. Composiciones digitales

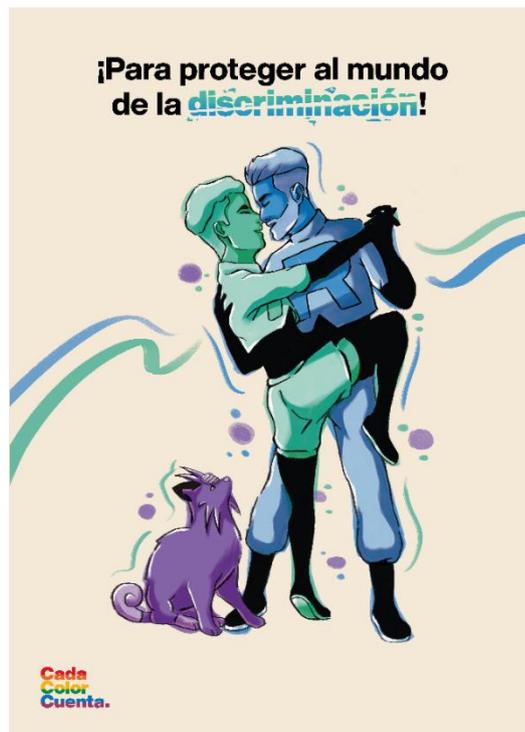
En el apasionante mundo de las composiciones digitales, cada nota es una pincelada en el lienzo del sonido, y cada arreglo es una expresión única de creatividad. En este contexto vanguardista, el Anexo 6 se erige como el epicentro de posibilidades ilimitadas. Al hacer clic en el enlace adjunto, abrirás las puertas hacia un universo de herramientas y recursos digitales cuidadosamente seleccionados para potenciar tu destreza compositiva. El proceso final de los carteles ilustrados destinados a representar la comunidad LGBTI de la ciudad de Ambato es crucial para transmitir de manera efectiva los valores de inclusión, diversidad y respeto. Estos carteles actúan como el lienzo inicial donde se exploran ideas visuales que capturan la esencia vibrante y variada de la comunidad.

#### 5.2.12.1. Cartel para lesbianas.



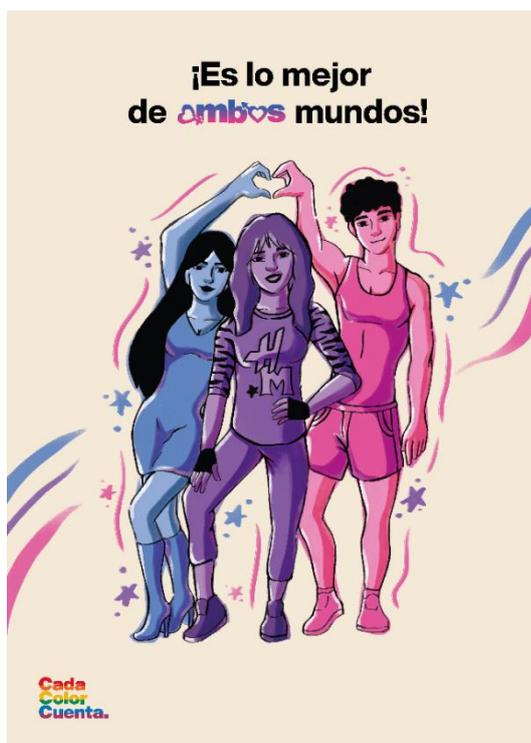
*Imagen 28. Cartel para lesbianas*

#### 5.2.12.2. Cartel para gays.



*Imagen 29. Cartel para gays*

### 5.2.12.3. Cartel para bisexuales.



*Imagen 30. Cartel para bisexuales*

### 5.2.12.4. Cartel para transexuales.



*Imagen 31. Cartel para transexuales*

#### 5.2.12.5. Cartel para intersexuales.



*Imagen 32. Cartel para intersexuales*

#### 5.2.13. Mockups

En el contexto del diseño de carteles ilustrados, los mockups desempeñan un papel esencial al proporcionar una visión anticipada y detallada de cómo los diseños se integrarán en entornos del mundo real. Estos mockups permiten a los diseñadores visualizar cómo sus creaciones interactuarán con el entorno urbano de Ambato, considerando factores como la ubicación, la iluminación y la percepción del público. Al utilizar mockups, se puede evaluar la efectividad de la representación visual de la diversidad y la inclusión, asegurándose de que los carteles ilustrados cumplan su propósito de transmitir un mensaje positivo y resonante para la comunidad LGBTI.



*Imagen 33. Mockups del cartel de lesbianas*



*Imagen 34. Mockups de carteles de gays, bisexuales, transexuales*



*Imagen 35. Mockups de cartel de intersexuales*

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

La información recopilada revela que la comunidad LGBTI en la ciudad de Ambato enfrenta desafíos significativos en términos de discriminación y violencia, tanto en entornos familiares como públicos. Las estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y otros estudios demuestran la persistencia de actos de rechazo y violencia, subrayando la necesidad urgente de mejorar la representación y visibilidad de esta comunidad en la sociedad. La existencia de eventos y la participación activa de la "Organización Visión y Diversidad" son pasos positivos, pero queda claro que se requieren más esfuerzos para crear conciencia y fomentar la aceptación.

El análisis bibliográfico documental sobre los fundamentos de comunicación visual proporciona una base sólida para la creación de carteles efectivos. Considerando la historia del cartel social latinoamericano y su capacidad para transmitir mensajes ideológicos y de protesta, se destaca la importancia de aplicar principios visuales que evocan empatía y promueven la inclusión. La propuesta de utilizar carteles como herramienta de expresión para la comunidad LGBTI en Ambato se justifica en la falta de promoción de información relacionados con la comunidad, lo que resalta la necesidad de llenar este vacío a través de la creación de propuestas visuales significativas.

La creación de una serie de carteles basados en el análisis de datos recopilados se presenta como una estrategia efectiva para promover la inclusión y conciencia social en la ciudad de Ambato. La encuesta que revela el interés y la iniciativa del público en general en apoyar a la comunidad LGBTI indica una receptividad potencial a mensajes visuales que refuercen valores de respeto y diversidad. La existencia y el apoyo de la Organización Visión y Diversidad ofrece oportunidades para la difusión de estos carteles, contribuyendo así a un cambio positivo en la percepción y aceptación de la comunidad LGBTI en la ciudad.

## **6.2. Recomendaciones**

Se recomienda la implementación de programas educativos inclusivos en instituciones educativas de Ambato donde se puedan abordar temas relacionados con la diversidad sexual y de género, promoviendo la comprensión y el respeto desde edades tempranas. Lo que destaca la importancia de educar a la sociedad sobre la diversidad LGBTI lo cual puede influenciar en la promoción de los carteles realizados.

Se recomienda brindar un apoyo continuo a organizaciones locales, como la "Organización Visión y Diversidad", que han demostrado un compromiso significativo en el desarrollo de este proyecto técnico, así como en la lucha por los derechos y la visibilidad de la comunidad LGBTI en Ambato.

La implementación de campañas de sensibilización a nivel local, utilizando los carteles ilustrados como herramienta principal. La información obtenida de la encuesta que revela la disposición del público a involucrarse con la comunidad LGBTI sugiere que estas campañas pueden ser efectivas. Además, se podría explorar la colaboración con medios de comunicación locales para maximizar el alcance de estas campañas y llegar a un público más amplio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, Y. P., Valdez, J. L., González, N. I., & González, S. (2013). *Los roles de género de los hombres y las mujeres en el México contemporáneo*. 18(2), 207–224. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29228336001>
- Alcázar, N. (2014). *Definición y diseño de productos editoriales*. IC Editorial.
- Alvarado Thimeos, J. E. (2015). *Educación sexual preventiva en adolescentes*. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:Educacion-Jealvarado>
- Anrango, J., & Siguencia, J. (2021). *El cartelismo social como medio de comunicación ante las problemáticas ocurridas durante el año 2020*. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11807>
- Arias, J., Alume, F., & Acosta, M. (2019). El cartel, desde el aula para la sociedad. *Journal of business and entrepreneurial studie*, 1–13. <https://doi.org/10.37956/jbes.v6i3.301>
- Arnheim, R. (2001). El poder del centro. Estudio sobre la composición en las artes visuales. En *Arte, Estética y teoría del arte, General*. [https://www.akal.com/libro/el-poder-del-centro\\_32032/](https://www.akal.com/libro/el-poder-del-centro_32032/)
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador 2008*.
- Azcarate Gimenez, C., & Deulofeu Piquet, J. (1990). Funciones y gráficas. En *Matemáticas, cultura y aprendizaje*. Síntesis.
- Baldeon, R. X. (2021). *Representación de la comunidad LGBTI en el discurso de los medios impresos de Riobamba. Año 2020*. files/45/Araujo - REPRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD LGBTI EN EL DISCURS.pdf
- Cabrera Fajardo, D. E. (2020). *Repositorio Digital de la UTMACH: Influencia social del movimiento LGBTI, logros y desafíos de la comunidad en el Ecuador*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16050>
- Camaralgbt. (2018, agosto 1). *Cámara LGBT+ de Comercio y Turismo Ecuador*. <https://camaralgbt.com/nosotros/>

- Carvajal Muñoz, P. M. (2013). El reconocimiento de derechos a la comunidad LGBTI. *Jurídicas CUC*, 9(1), 122–141. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/juridicascuc/article/view/443>
- Chaves, N. (2006). Qué era, qué es y qué no es el diseño. *Actas de Diseño*, 1. <https://doi.org/10.18682/add.vi1.3411>
- Chen, J., Ibarra Loza, J. E., & Tapia Balseca, K. V. (2019). *Diseño de carteles como estrategia de difusión de la Cultura Oriental en el contexto riobambeño*. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5728>
- Cortés Alfaro, A., Pérez Sosa, D., Aguilar Valdés, J., Valdés, M., & Taboada Fernández, B. (1998). Orientación sexual en estudiantes adolescentes. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 14(5). files/92/Alfaro et al. - 1998 - Orientación sexual en estudiantes adolescentes.pdf
- Dávila Zhinin, S. A., & Salazar Armas, D. A. (2023). *Análisis de la representación de la comunidad LGTB en la publicidad de marcas comerciales, en junio de 2021 en la red social Instagram*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/41504>
- Dellacha, J. P. (2023). *Illustrator Juan Pablo Dellacha*. <https://www.behance.net/juandellacha>
- Díaz Domínguez, T., & Alemán, P. A. (2008). La educación como factor de desarrollo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(23), 1–15. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220391006>
- Díaz Fonca, M., Marcuello, C., & Marcuello, C. (2012). Empresas sociales y evaluación del impacto social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 178198. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798010>
- Elías, A. (2020). Análisis del desarrollo de carteles con pertinencia social en Latinoamérica. *Actas de Diseño*, 225–227.
- Enciclopedia Humanidades. (2023). *Cartel: qué es, tipos, funciones, características y ejemplos*. <https://humanidades.com/cartel/>

- Equidad. (2013). *Informe sobre la situación de los derechos humanos de las poblaciones LGBTI Ecuador 2013*. 69.  
[https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio\\_view.php?bibid=140794&tab=opac](https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=140794&tab=opac)
- Esteban Nieto, N. T. (2018). *Tipos de investigación*.  
<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/calculo-aplicado-a-la-fisica-1/esteban-nieto-n-2018-tipos-de-investigacion/64165903>
- Flores, J. D. (2021). *Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual*. files/47/Diego - Trabajo de titulación previo a la obtención del gr.pdf
- Freire, B. (2022, diciembre 21). *Informe Temático 2020-2022 sobre el acceso a la justicia, la recepción y acogimiento de denuncias de casos de violencia y discriminación de LGBTI en Ecuador*.  
<https://adelanteconladiversidad.com/category/informe/>
- Fundación Visión y Diversidad. (2013). *Fundación Visión y Diversidad | Facebook*.  
[https://www.facebook.com/FundacionVisionyDiversidad/about\\_details](https://www.facebook.com/FundacionVisionyDiversidad/about_details)
- Gantiva, C., & Camacho, K. (2016). Características de la respuesta emocional generada por las palabras: un estudio experimental desde la emoción y la motivación. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 10(2), 55–62.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=297248896005>
- García García, C. (2013). Equidad e inclusividad en la educación superior en los países andinos. *Revista de la educación superior*, 42(166), 137–144.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0185-27602013000200007&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0185-27602013000200007&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- García Leiva, P. (2005). Identidad de género: Modelos explicativos. *Escritos de Psicología - Psychological Writings*, 7, 71–81.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=271020873007>
- Giménez, I. (2021). *Análisis de la identidad nacional y la educación ciudadana de los jóvenes a través de la enseñanza y difusión de valores espirituales, morales, sociales, culturales y cívicos que garanticen su desarrollo integral*.

- Girón, J. D. G. (2022). *El cartel como medio para la visibilización de la diversidad de los individuos, caso: Comunidad LGBTIQ+ en el municipio de Tuluá, Valle*. files/63/Piedrahita - El cartel como medio para la visibilización de la .pdf
- Gómez, W. O. A. (2022). La antropología como disciplina científica, dimensión biológica y cultural en la naturaleza humana. *Revista Internacional de Filosofía Teórica y Práctica*, 2(1), 179–192. <https://doi.org/10.51660/riftp.v2i1.48>
- González Labrador, I., Miyar Pieiga, E., & González Salvat, R. M. (2002). Mitos y tabúes en la sexualidad humana. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 18(3), 226–229. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0864-21252002000300012&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-21252002000300012&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Gumucio Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 26–39. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038002>
- Hall, S. (1997). *El trabajo de la representación*. [https://metamentaldoc.com/14\\_El\\_trabajo\\_de\\_la\\_representacion\\_Stuart\\_Hall.pdf](https://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf)
- Henríquez, C., & Díaz, J. M. (2019). *Percepción y representación de la comunidad LGBTI en la sociedad*. files/52/Vega y Mantilla - PERCEPCIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMUNIDAD LGBTI .pdf
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). (2018, diciembre 10). *¿Qué significan las letras LGBTI?* <https://www.icbf.gov.co/que-significan-las-letras-lgbti>
- James, W. (2011). *El significado de la verdad*. Marbot Ediciones. <chrome-extension://efaidnbmnnnhttps://biblioteca.multiversidadreal.com/BB/Biblio/William%20James/El%20significado%20de%20la%20verdad%20%28128%29/El%20significado%20de%20la%20verdad%20-%20William%20James.pdf>

- Jarrín, J., Godoy, G., & Ortiz, D. (2017). *Cartelismo Ecuatoriano: Una mirada al cartel ecuatoriano presente en bienales internacionales*.  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13721>
- Kant, E. (2009). ¿Qué es la Ilustración? *Foro de Educación*, 7(11), 249–254.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544586016>
- La Hora. (2016, junio 16). *Comunidad LGBTI prepara actos en rechazo a la violencia*.  
<https://www.lahora.com.ec/noticias/comunidad-lgbti-prepara-actos-en-rechazo-a-la-violencia/>
- Lodetti, A. (2015, septiembre 17). *Se conforma la Federación Ecuatoriana de Organizaciones LGBTI*.  
<https://latitudgay.wordpress.com/2015/09/17/se-conforma-la-federacion-ecuatoriana-de-organizaciones-lgbti/>
- Matus, C. (2005). El carrete como escenario. Una aproximación etnográfica a los códigos de la sexualidad ocasional en jóvenes urbanos. *Última Década*, 13(22), 9–37.  
<https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/UD/article/view/56575>
- Mei Mei. (2023). *Fashion & Beauty Illustrator Mei Mei*.  
[https://www.behance.net/meimei\\_illustrations](https://www.behance.net/meimei_illustrations)
- Mendoza Moreira, F. S., Terranova Ruiz, J. R., Zambrano Cedeño, V. G., & Macías Loor, M. M. (2014). Estrategias de sensibilización y atención para la generación de interés en el aprendizaje de lengua. *International Journal of Developmental and Educational Psychology: INFAD. Revista de Psicología*, 3(1), 17–30.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6417924>
- Montañez, T. (2023). *Tavo Montañez Illustrator*. <https://www.behance.net/tavomontanez>
- Moschini, S. (2012). *Claves del marketing digital*. La Vanguardia Ediciones, S.L.
- OHCHR. (2023). *Inclusión efectiva de las personas LGBT*.  
<https://www.ohchr.org/es/special-procedures/ie-sexual-orientation-and-gender-identity/effective-inclusion-lgbt-persons>
- Orbe, K. (2023, junio). *Percepción de los Ecuatorianos acerca de la comunidad LGBTI en el país*. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023->

06/Percepci%C3%B3n%20de%20los%20Ecuatorianos%20acerca%20de%20la%20comunidad%20LGBTI%20en%20el%20pa%C3%ADs\_Ipsos%20POV%20Junio%202023.pdf

- Ortega, G., Cabrera, M., Suárez Angulo, A., & Vernimmen Aguirre, G. (2020). Exposición de la comunidad LGBTI en marcas comerciales y medios de comunicación en Ecuador. *Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/01/comunidad-lgbti-marcas.html>
- Palomino, S., & Vázquez, J. C. (2022). Modelo de representación de personajes lgbti+ en contenidos audiovisuales. *Revista de Ciencias Sociales*, IV(174), 185–205. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i174.52161>
- Polo, G. P. M., & Acosta, C. E. H. (2023). La evolución de la comunidad LGBTI y su incidencia en la estructura jurídica del estado ecuatoriano. *IGOBERNANZA*, 6(21), 44–66. <https://doi.org/10.47865/igob.vol6.n21.2023.232>
- Revista Diálogos. (2023). *Empatía: la propuesta de Edith Stein para un nuevo vínculo social – Revista Diálogos*. <https://revistadiálogos.uc.cl/empatia-la-propuesta-de-edith-stein-para-un-nuevo-vinculo-social/>
- Reyes Ruiz, L., & Carmona Alvarado, F. A. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/6630>
- Rincón, O. (2008). No más audiencias, todos devenimos productores. *Comunicar*, XV(30), 93–98. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15811864015>
- Soní Soto, A. (2022). Reseña del libro: Diseño de cartel (2022). *Tecnología & Diseño*, 17, 105–111. <https://revistatd.azc.uam.mx/index.php/rtd/article/view/143>
- Spink, P. (2005). Replanteando la investigación de campo: relatos y lugares. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 561–574. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n8.238>
- STA. (2023). *cartel* / *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/cartel>

- Trujillo Hinojosa, N. S. (2023). *El derecho de las personas LGBTI a tener derechos*.  
<http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/24481>
- Vázquez Astorga, M. (2015). Presentación. El cartel, medio de publicidad y propaganda  
 | Artigrama. *Artigrama*, 30, 15–28.  
<https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/artigrama/article/view/8093>
- Vázquez, J. C. (2021). Inclusión en Latinoamérica. Una reflexión sobre la invisibilización  
 de la comunidad LGBTI+. *Oikos Polis*, 6(1), 42–74.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2415-22502021000100042&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2415-22502021000100042&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Venable, G. (2011). LGBTI: El Movimiento de Base de Quito. *Independent Study Project (ISP) Collection*. [https://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/1046](https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1046)
- Vergara Leyton, E., Garrido Peña, C., & Undurraga Puelma, C. (2014). La gráfica como  
 artefacto cultural. Una aproximación semiótica al cartel social en Chile. *Arte, individuo y sociedad*, 26(2), 271–285.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4790768>
- Vergara Zurita, H. E., Rivera Abarca, A. L., Aguilar Cajas, H. O., & Barreto Bonilla, J. A. (2020). Los elementos del Lenguaje Visual y su incidencia en el diseño. *mktDESCUBRE*, 1(2), 311–319. [#https://doi.org/10.36779/mktdescubre/v#. #](https://doi.org/10.36779/mktdescubre/v#.)
- Villacís, B., & Carillo, D. (2011). *Estadística Demográfica en el Ecuador: Diagnóstico y Propuesta*. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). chrome-extension://efaidnbmnnnibphhttps://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Demografia/documentofinal1.pdf
- Villagómez Oviedo, C. P., & Saldaña Hernández, J. C. (2016). La función del diseñador gráfico, en la divulgación del conocimiento y la ciencia. *Revista Interiorgráfico de la División de Arquitectura Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato*. <https://interiorgrafico.com/edicion/novena-edicion-mayo-2010/la-funcion-del-disenador-grafico-en-la-divulgacion-del-conocimiento-y-la-ciencia>

Villaseñor Farías, M., & Castañeda Torres, J. D. (2003). *Masculinidad, sexualidad, poder y violencia: análisis de significados en adolescentes*. 45, 44–57.  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v45s1/15445.pdf>

Wong, W. (2011). *Fundamentos del diseño, de Wucius Wong*. Editorial GG.  
<files/144/fundamentos-del-dise-o-libro.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Imágenes de carteles referenciales



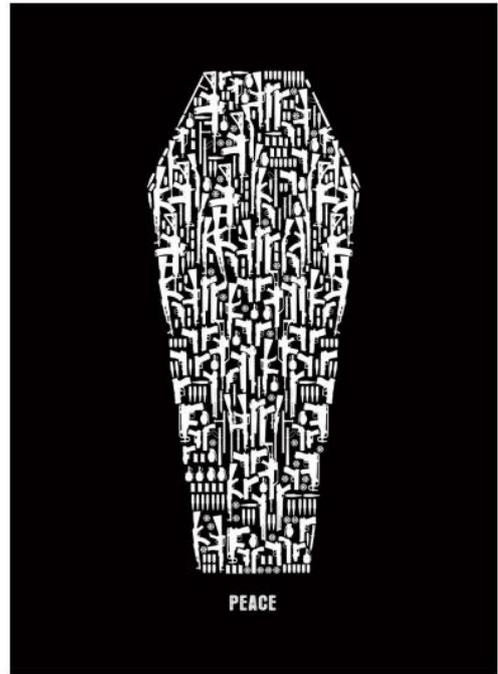
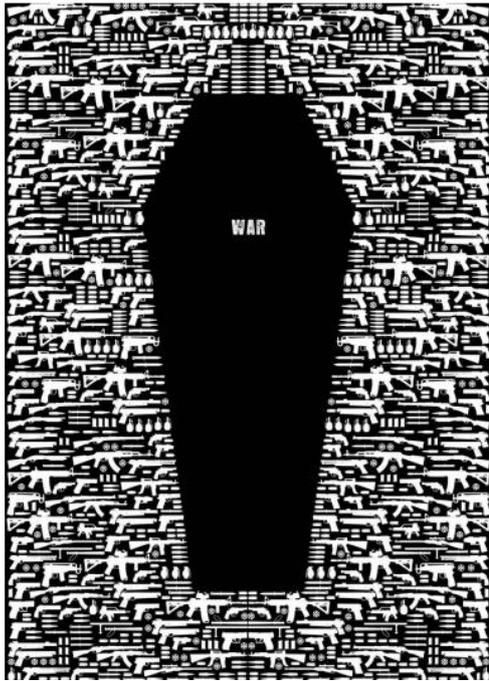
*Imagen 36. Póster propagandístico de Aleksandr Mijáilovich Ródchenko*

Fuente: (El País Semanal, 2017)



*Imagen 37. Primer cartel político de la Revolución cubana. Eladio Rivadulla*

Fuente: (Lara, 2020)



*Imagen 38. War and Peace (Part 1 & Part 2) Mario Fuentes*

Fuente: (Jarrín, Godoy, & Ortiz, 2023)



*Imagen 39. Derecho a Decidir | María Mercedes Salgado*

Fuente: (Jarrín, Godoy, & Ortiz, 2023)



*Imagen 40. Cartel #1 comunidad transgénero y transexual Mónica Peláez*

Fuente: (Peláez, 2022)



*Imagen 41. Cartel #2 comunidad gay Mónica Peláez*

Fuente: (Peláez, 2022)



**Imagen 42.** Cartel # 3 comunidad gay Mónica Peláez

Fuente: (Peláez, 2022)

**Análisis del personaje Aitor Cardoné**

FREGUNTA	SI	NO	ARGUMENTO
1. ¿El personaje se concibe como LGBTI+?	x		El personaje se concibe como pansexual, por lo que sí pertenece a uno de los grupos de la diversidad sexual y de género que integran el colectivo LGBTI+.
2. ¿El personaje vive su sexualidad de manera abierta y pública?	x		Sí. En múltiples episodios el personaje habla y "actúa" según su sexualidad.
3. Además de los anteriores, ¿el personaje participa activamente con causas relacionadas con el colectivo LGBTI+?		x	El personaje, aunque acepta su sexualidad, no se ve dentro de una comunidad o grupo de la diversidad sexual o de género.
4. ¿El personaje participa de manera activa y constante en la trama?		x	No. Este es un personaje secundario que participa en algunos capítulos, pero después es eliminado de la trama, para volver en otra temporada, pero con una presencia mucho menor.
5. ¿El personaje muestra una estructura emocional compleja que incluye secretos, temores y/o vulnerabilidades?		x	No. El personaje se desarrolla desde un enfoque cómico con poca profundización en sus acciones. Aunque se da a entender que su sexualidad es un tema que pudiera preocuparle o ser secreto, se pone poca importancia a este tema.
6. ¿La trama dedica espacios a mostrar el contexto de la vida del personaje, así como para conocerle emocionalmente?		x	No. Las explicaciones que se hacen del pasado del personaje, no tienen una relación directa con su sexualidad. Emocionalmente, el personaje se muestra con cinismo, poniendo nulo interés en su vida emocional.
7. ¿La trama deja claro los deseos del personaje, sus motivaciones y preocupaciones?	x		
8. ¿Las elecciones, decisiones y acciones del personaje se argumentan y son congruentes?		x	No. El hecho de que el personaje se plantee desde la comedia lleva a que sea abordado de manera superficial y que sus acciones se guíen más por el sentido de generar situaciones cómicas, aunque estas sean incongruentes con lo que está viviendo el personaje.
9. ¿El personaje muestra una personalidad definida y no aleatoria?	x		
10. ¿El personaje muestra un desarrollo consistente con su participación en la trama?		x	No. El personaje entra y sale de la trama con facilidad. Aunque tiene un impacto considerable en algunos episodios, después es desincorporado sin afectar la trama.
Total		4	El personaje se plantea como abiertamente homosexual, pero su representación no es auténtica, y se apega poco a la realidad de una persona.

**Imagen 43.** Análisis del personaje Aitor Cardóne de la plataforma Netflix

Fuente: (Palomino & Vázquez, 2021)

Medio	Fecha	Edición	Número de página	Titular	Género periodístico
La prensa	16/agosto/2020	9471	A4	¡Una lucha interminable de la comunidad LGBTI+ en Ecuador	Reportaje
<b>¿Qué dijo?</b>					
<p>Hasta finales 1997 se mantuvo vigente en el Ecuador, el inciso primero del artículo 516 del Código Penal, que tipificaba como delito las relaciones sexuales consentidas entre dos personas del mismo sexo. En septiembre de ese año varias organizaciones de lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, intersexuales y + (LGBTI+) y de derechos humanos presentaron una acción de inconstitucionalidad en contra del artículo mencionado.</p> <p>La unión de hecho para parejas formadas por personas homosexuales fue legalizada en Ecuador con aprobación de la Constitución de 2008. El matrimonio del mismo sexo es legal desde el 12 junio de 2019. Actualmente no existen datos estadísticos para saber cuántas personas de la comunidad LGBTI son parte de la comunidad.</p> <p>Ocho años después, el tema de la discriminación sigue siendo una de las banderas de lucha de la comunidad LGBTI+.</p>					
<b>¿Cómo lo dijo?</b>					
<p>El contenido hace énfasis en todo el viacrucis que han vivido las personas que pertenecen a la comunidad LGBTI, desde la lucha para la despenalización que se encontraba en el Código Penal, hasta la discriminación que han sufrido al momento de afrontar a sus familiares o amigos.</p>					
<b>¿Cuál es la intencionalidad?</b>					
<p>La intencionalidad es dar conocer como miembros de la comunidad LGBTI se mantienen en una lucha constante en el país y que todavía está lejos de terminar.</p>					

*Imagen 44. Matriz de análisis de reportaje Ricardo Baldeon*

Fuente: (Baldeon, 2021)



*Imagen 45. Cromática del ahorro de tiempo y el almacenamiento de datos*

Fuente: (Flores, 2021)



*Imagen 46. Cromática del uso de la tecnología y del beneficio recursos*

Fuente: (Flores, 2021)



*Imagen 47. Adopción igualitaria y los derechos de las personas LGBTI*

Fuente: (Henríquez & Díaz, 2019)



*Imagen 48. Pruebas de visualización de diseño sobre la Cultura Oriental*

Fuente: (Chen & Tapia, 2019)

## Anexo 2. Tabla de variables independientes y dependientes

*Tabla 21.*

*Variables Independientes y dependientes*

VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADOR	ITEMS	INSTR.	MÉTODO
<b>Independiente</b>	<b>Diseño gráfico:</b> Se encarga de crear y organizar mensajes visuales por medio de sistemas comunicacionales.	Mensaje clave	¿El mensaje clave es un aspecto crucial para el éxito visual de un proyecto?	Entrevista	Guion de entrevista
		Elementos Visuales	¿Qué nivel de impacto representa los elementos	Encuesta	Cuestionario

		visuales en un diseño?		
<b>Ilustraciones:</b>				
Son representaciones visuales que acompañan o complementan un texto, concepto o idea.	Representación	¿La ilustración es un medio óptimo para comunicar un mensaje que represente a un grupo demográfico?	Entrevista	Guion de entrevista
<b>Cartelismo:</b>				
Forma de comunicación visual que se utiliza para abordar cuestiones sociales, culturales o políticas con el objetivo de generar conciencia y fomentar la reflexión en la sociedad.	Empatía y conciencia	¿El diseño de un cartel social impacta en la generación de empatía y conciencia?	Entrevista	Guion de entrevista
<b>Etnografía de la sexualidad:</b>				
Enfoque que se centra en el estudio sistemático y detallado de las prácticas, expresiones y experiencias sexuales dentro de una determinada	Roles de género	¿Qué entiende la sociedad por el término rol de género?	Encuesta	Cuestionario

	comunidad o sociedad.			
<b>Dependiente</b>	<b>Identidad de género y orientación sexual:</b>		¿Las normas culturales existentes influyen en la identidad de género y orientación sexual en la sociedad?	Entrevista Encuesta
	Tiene su relación con la diversidad que se refiere a la presencia y la inclusión de una amplia variedad de elementos, características, o individuos dentro de un conjunto.	Construcción cultural de género		Guion de entrevista Cuestionario
	<b>Comunidad LGBTI:</b>		¿Qué medidas existen actualmente para fomentar el apoyo hacia la comunidad LGBTI?	Encuesta Entrevista
	Representan diversas identidades de género y orientaciones sexuales que no se ajustan a las convenciones tradicionales de heterosexualidad y cissexualidad.	Apoyo LGBTI	¿Las fundaciones LGBTI tiene respaldo jurídico?	Encuesta Entrevista

Fuente: Elaborado por Henry León. (2023)

### Anexo 3. Guion de entrevista

**1. Categoría:** Diseño gráfico, **indicador:** mensaje clave,

**ITEM.** ¿El mensaje clave es un aspecto crucial para el éxito visual de un proyecto?

- ¿Usted cómo define el mensaje clave al comenzar un nuevo proyecto de diseño gráfico?
- ¿Cuál es su enfoque para asegurarte de que el mensaje clave del diseño se comunique de manera efectiva a la audiencia?
- ¿Puede compartirme una experiencia en la que ajustar el mensaje clave durante el proceso de diseño haya tenido un impacto significativo en el éxito visual del proyecto?
- ¿Cómo integraría la retroalimentación del cliente en la definición y refinamiento del mensaje clave en un proyecto de diseño gráfico?
- En su opinión, ¿cómo afecta la consistencia en la transmisión del mensaje clave a lo largo de diferentes elementos visuales al éxito general de un proyecto de diseño gráfico?

**2. Categoría:** Ilustraciones, **indicador:** representación

**ITEM.** ¿La ilustración es un medio óptimo para comunicar un mensaje que represente a un grupo demográfico?

- ¿Cómo usted conceptualiza las ilustraciones para asegurar una representación precisa y respetuosa de un grupo demográfico en particular?
- ¿Puede compartir algún ejemplo en el que la elección de ciertos elementos de ilustración haya sido clave para transmitir de manera efectiva la diversidad y la identidad de un grupo específico?
- En su experiencia, ¿cómo abordarías la sensibilidad cultural al trabajar en ilustraciones destinadas a representar a diversas comunidades demográficas?
- ¿Qué consideraciones toma en cuenta para evitar estereotipos y garantizar una representación inclusiva en tus ilustraciones?
- ¿Cómo cree usted que las ilustraciones pueden contribuir a la construcción de una narrativa visual que resuene específicamente con un grupo demográfico y promueva una conexión más profunda con el mensaje que se quiere comunicar?

**3. Categoría:** Cartelismo, **indicador:** empatía y conciencia

**ITEM.** ¿El diseño de un cartel social impacta en la generación de empatía y conciencia?

- ¿Cómo abordaría la creación de un cartel social para asegurarte de que genere empatía y conciencia entre el público objetivo?
  - ¿Cuáles son los elementos visuales que considera especialmente efectivos para transmitir mensajes de conciencia social y generar empatía?
  - ¿Cómo integra usted la investigación sobre la audiencia y la problemática social en el proceso de diseño para optimizar el impacto emocional del cartel?
  - ¿Puede proporcionar ejemplos de carteles sociales anteriores en los que haya trabajado y que hayan tenido un impacto significativo en la conciencia pública?
  - En el contexto del diseño de carteles sociales, ¿cómo maneja usted la delicada tarea de equilibrar la llamada a la acción con la sensibilidad hacia el tema que se aborda?
- 4. Categoría:** Identidad de género y orientación sexual, **indicador:** construcción cultural de género.

**ITEM.** ¿Las normas culturales existentes influyen en la identidad de género y orientación sexual en la sociedad?

- ¿Cómo relaciona usted el comportamiento normativo en sociedad con su impacto en la formación de la identidad de género y la orientación sexual de un individuo?
  - ¿Cómo varía la aceptación social de diferentes identidades de género y orientaciones sexuales, y qué papel juega la cultura en este proceso?
  - ¿Cómo se relaciona la sociedad actual en relación con la identidad de género y la orientación sexual?
- 5. Categoría:** Comunidad LGBTI, **indicador:** apoyo LGBTI

**ITEM.** ¿Qué medidas existirán actualmente para fomentar el apoyo hacia la comunidad LGBTI?

- ¿Cuáles son las iniciativas clave que actualmente existen para fomentar el apoyo hacia la comunidad LGBTI, y cómo evalúas su efectividad?
- ¿Puede compartir ejemplos de estrategias exitosas que hayan tenido un impacto positivo en la promoción del apoyo y la inclusión de la comunidad LGBTI en entornos específicos?
- En su experiencia, ¿cómo involucra usted a aliados y comunidades más amplias en la promoción del apoyo hacia la comunidad LGBTI?

- ¿Cuáles son los desafíos comunes que enfrentas al trabajar en la promoción del apoyo LGBTI, y cómo trabajas para superar estos desafíos en tus iniciativas?

**6. Categoría:** Comunidad LGBTI, **indicador:** fundaciones LGBTI

**ITEM.** ¿Las fundaciones LGBTI tiene respaldo jurídico?

- ¿Cómo evalúa el respaldo jurídico actual de las fundaciones LGBTI en Ecuador y de qué manera esto afecta su capacidad para operar y cumplir sus objetivos?
- ¿Nos puede compartir información sobre las leyes y regulaciones específicas en Ecuador que afectan a las fundaciones LGBTI y cómo impactan su funcionamiento?
- ¿Cuáles son los principales desafíos legales que enfrentan las fundaciones LGBTI en Ecuador, y cómo trabajan para superarlos en su labor por la comunidad?
- En su experiencia, ¿cómo colaboran las fundaciones LGBTI con las autoridades y otras organizaciones para fortalecer las actividades para la comunidad LGBTI?

**Anexo 4. Cuestionario de encuesta**

**Género de identificación**

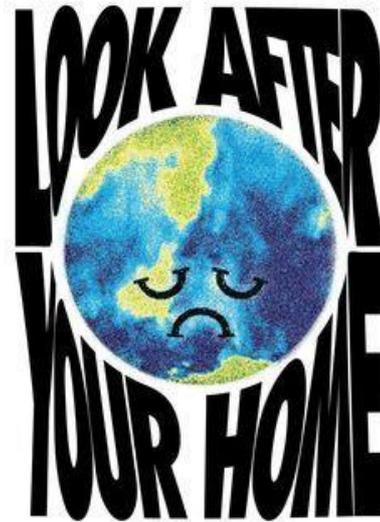
- Femenino
  - Masculino
  - Otro
- 1.** ¿Del siguiente listado de carteles cuál considera que comunique mejor el mensaje sobre el calentamiento global?
- Cartel 1
  - Cartel 2



○ Cartel 3



○ Cartel 4



2. ¿Usted como espectador cuánto tiempo le dedica a observar el diseño de una publicidad o cartel?
  - Muy breve, menos de 5 segundos
  - Breve, entre 5 y 10 segundos
  - Moderado, entre 10 y 15 segundos
  - Suficiente, entre 15 y 20 segundos
  - Extenso, más de 20 segundos
3. ¿Cuándo observa un cartel por la calle, usted les presta más atención a los colores y su composición o a la información que puede ser leída?
  - Colores y composición
  - Información que puede ser leída
4. ¿Cuándo usted observa un diseño (infografía, anuncio, post publicitarios relacionados a temas de actualidad) cuál de los siguientes elementos considera más impactantes?
  - Fotografía
  - Estilo de letra
  - Colores
  - Ilustraciones
5. ¿Según su criterio cuál de las siguientes opciones facilitaría comunicar un fin social en un cartel?

- Utilización de fotografía
  - Representación de un mensaje con elementos ilustrados
- 6.** ¿Considera que el ser explícito en cuanto al uso de imágenes en un cartel es más viable que utilizar elementos que no necesariamente expresen situaciones reales?
- Es mejor usar imágenes que representen una situación real
  - Es mejor usar elementos más abstractos que comuniquen la situación
- 7.** ¿Usted comprende la definición de “rol de género”?
- Sí
  - No
- 8.** ¿Considera que los roles de género involucran cuestiones identitarias y también biológicas?
- Si
  - No
- 9.** ¿Usted considera que el comportamiento de una persona es un determinante para saber su orientación sexual?
- De acuerdo
  - Neutral
  - En desacuerdo
- 10.** ¿Usted considera que la gente ya no impide que las personas LGBTI se expresen como deseen?
- De acuerdo
  - Neutral
  - En desacuerdo
- 11.** ¿Usted cree que la representación de personas LGBTI en los medios se realiza desde el respeto hacia ellos?
- De acuerdo
  - Neutral
  - En desacuerdo
- 12.** ¿Usted alguna vez se ha limitado a realizar alguna actividad o usar alguna vestimenta específica porque ve comprometida su orientación sexual?
- Sí
  - No

13. ¿Usted apoya los derechos de las personas LGBTI?
- Si
  - No
14. ¿Usted conoce acerca de campañas educativas dirigidas a fomentar el apoyo a la comunidad LGBTI en su entorno?
- Si
  - No
15. ¿Según su opinión ha observado a las personas de su entorno que participen activamente en eventos comunitarios que buscan promover el apoyo a la comunidad LGBTI?
- Alta
  - Baja
  - Nula
16. ¿Cómo evaluaría usted el nivel de visibilidad y representación de la comunidad LGBTI en los medios de comunicación y la cultura popular?
- Muy alto
  - Alto
  - Neutral
  - Bajo
  - Muy bajo

#### **Anexo 5. Grabaciones de entrevistas**

Enlace: <https://drive.google.com/drive/folders/13gG8-ND1DG6hQLuY3gK5rVK6BJv0cQJl>

#### **Entrevista sobre diseño gráfico**

- Entrevista realizada a la Sra. Andrea Lara
- Entrevista realizada al Sr. Carlos Suárez

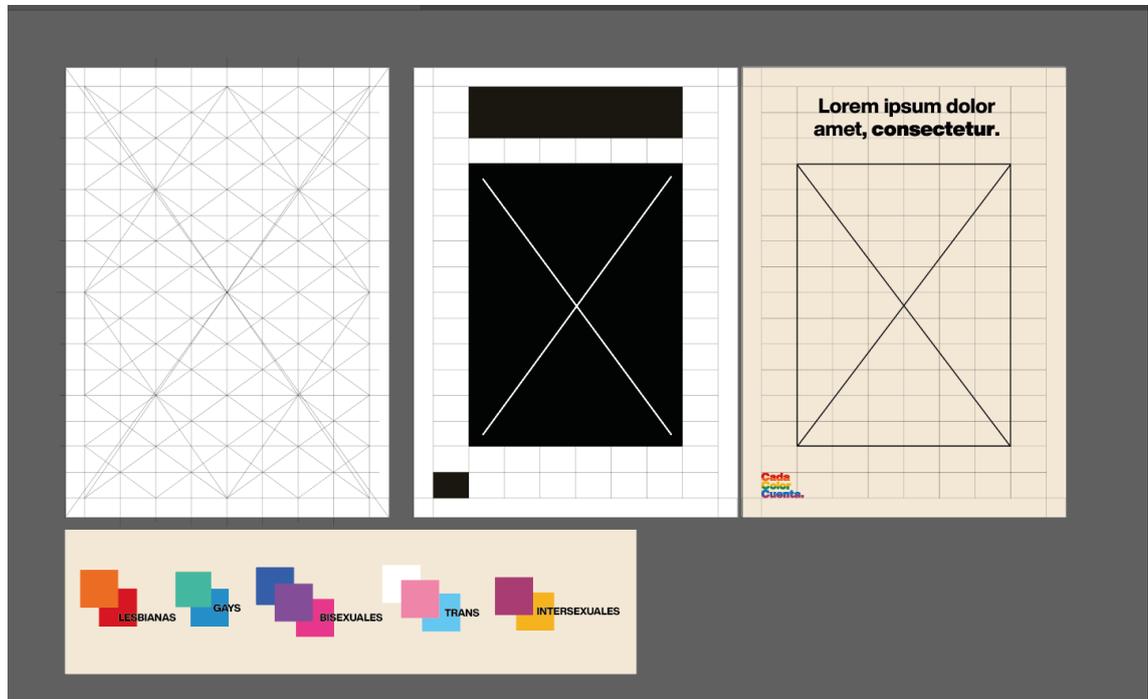
#### **Entrevista sobre ilustración**

- Entrevista realizada a la Sra. Erika Coello
- Entrevista realizada al Sr. Johnny Gavilanes

#### **Anexo 6. Propuestas de bocetos**

Enlace: [https://drive.google.com/drive/folders/1ECbgxWsSpc1Whb\\_bK0AUtAB01aGcL83J?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1ECbgxWsSpc1Whb_bK0AUtAB01aGcL83J?usp=sharing)

### Anexo 7. Construcción de malla modular y distribución de elementos



*Imagen 49. Malla modular y construcción de elementos*