



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

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

**“Diseño de piezas gráficas para contrarrestar la  
problemática de violencia intrafamiliar, post-covid en la  
ciudad de Ambato”.**

**Autor:** Moyolema Trujillo, Alex Xavier

**Tutor:** Jordán Yanchatuña, Diego Ismaél

**Ambato – Ecuador**  
**Septiembre, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“Diseño de piezas gráficas para contrarrestar la problemática de violencia intrafamiliar, post-covid en la ciudad de Ambato”** del alumno Alex Xavier Moyolema Trujillo, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre 2022

EL TUTOR



.....  
Dis. MsD. Diego Ismaél Jordán Yanchatuña

C.C: 1803812062

## AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de piezas gráficas para contrarrestar la problemática de violencia intrafamiliar, post-covid en la ciudad de Ambato**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, septiembre 2022

EL AUTOR



.....  
Moyolema Trujillo Alex Xavier

C.C.: 1803917317

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Integrador parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, septiembre 2022

EL AUTOR



.....  
Moyolema Trujillo Alex Xavier

C.C.: 1803917317

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de piezas gráficas para contrarrestar la problemática de violencia intrafamiliar, post-covid en la ciudad de Ambato”** de, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, septiembre 2022

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.:

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

## DEDICATORIA

*Principalmente a Dios,  
por su ayuda y fidelidad, porque me ha motivado a continuar  
a pesar mis errores y mis fallas,  
me ha brindado de su paciencia y bendiciones.*

*A mis padres por el apoyo y el esfuerzo  
con el que me han apoyado  
y que me ha motivado igualmente seguir adelante.*

*También a mi familia que me han sabido brindar palabras de apoyo  
y a mis verdaderas amistades que me brindaron su ánimo,  
no con palabras, sino con hechos para que siguiese  
y no me rindiera lo cual me ha ayudado a valorarlos más.*

*Alex Xavier Moyolema Trujillo.*

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a Dios en especial,  
porque en todo momento ha estado presente  
con su gracia y su amor incondicional  
proveyendo fuerzas y ánimo en los momentos más difíciles  
para poder seguir adelante.*

*Agradezco a mis padres,  
quienes aportaron su apoyo y carácter,  
lo que ayudó a forjar mi carácter de igual forma.*

*A mis familiares,  
de los que nunca faltaron palabras de cariño y apoyo sincero.  
A mis verdaderos amigos que supieron brindar el mejor de su apoyo  
incondicional y concejos desde que me brindaron su amistad.*

*Alex Xavier Moyolema Trujillo.*

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>

## CAPÍTULO I

<b>1. ANTECEDENTES</b> .....	<b>2</b>
1.1. Tema.....	<b>2</b>
1.2. Planteamiento del problema.....	<b>2</b>
1.3. Contextualización.....	<b>3</b>
1.4. Árbol de problemas .....	<b>6</b>
1.5. Justificación del proyecto.....	<b>7</b>
1.6. Objetivos. ....	<b>7</b>
1.6.1. Objetivo general. ....	<b>7</b>
1.6.2. Objetivos específicos. ....	<b>8</b>

## CAPÍTULO II

<b>2. MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>9</b>
-----------------------------------	----------



2.1. Estado de la cuestión.....	9
2.2. Enfoque social del diseño.....	11
2.3. Marco conceptual.....	12
Piezas Gráficas.....	13
La persuasión.....	16
Retórica visual.....	17
Semiótica.....	18
Comunicación visual.....	21
Comunicación.....	23
Problemática social.....	24
Bienestar social.....	26
Consecuencias de la violencia intrafamiliar.....	33

### **CAPÍTULO III37**

<b>3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>37</b>
3.1. Análisis externo.....	37
3.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social, Tecnológico).....	37
3.1.2. Tendencias.....	40
3.1.3. Segmentación del mercado potencial.....	41
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	42
3.2. Análisis interno.....	43
3.2.1. Análisis FODA.....	43

### **CAPÍTULO IV**

<b>4. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>47</b>
4.1. Método.....	47
4.2. Enfoque del proyecto.....	47
4.2.1. Modalidad básica del proyecto.....	48
4.2.2. Población y muestra.....	48
4.2.3. Técnicas de recolección de datos.....	49
4.2.4. Dimensiones de estudio.....	50
4.3. Análisis e interpretación de resultados.....	52

## **CAPÍTULO V**

<b>5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>76</b>
5.1. Descripción general del proyecto.....	76
5.1.1. Concepto (Identidad del producto y/o servicio).....	76
5.1.2. Descripción Técnica del producto y/o servicio.....	77
5.1.3. Expresión creativa – puntos clave.....	84
5.1.4. Valor agregado / propuestas de valor.....	85
5.1.5. Materiales e Insumos y/o productos y servicios. ....	85
5.1.6. Presupuesto. ....	86
5.1.7. Construcción del prototipo.....	87
5.1.8. Elaboración de recursos gráficos .....	91

## **CAPÍTULO VI**

<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>120</b>
6.1. Conclusiones .....	120
6.2. Recomendaciones.....	120
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>128</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Árbol de Problemas .....</b>	<b>6</b>
<b>Figura 2. Conceptos claves de publicidad eficaz .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 3. Ciclo de la violencia .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 4. Distribución de frecuencia. Ítem No. 1 .....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 5. Distribución de frecuencias. Ítem No. 2.....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 7. Distribución de frecuencias. Ítem No. 4.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 8. Distribución de frecuencias. Ítem No. 5.....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 9. Distribución de frecuencias. Ítem No. 6.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 10. Distribución de frecuencias. Ítem No. 7.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 11. Distribución de frecuencia. Ítem No. 8 .....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 12. Distribución de frecuencia. Ítem No. 10 .....</b>	<b>75</b>
<b>Figura 13. Bocetos del identificador .....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 14. Post Facebook .....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 15. Imagotipo.....</b>	<b>89</b>
<b>Figura 16. Retícula .....</b>	<b>89</b>
<b>Figura 17. Área de Seguridad .....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 18. Tamaño mínimo .....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 19. Identificador en blanco y negro.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 20. Restricción de diseño. Elaborado por: Alex Moyolema, (2022) .....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 21. Formato imagen .....</b>	<b>93</b>
<b>Figura 22. Post Facebook .....</b>	<b>93</b>
<b>Figura 23. Post Facebook .....</b>	<b>94</b>
<b>Figura 24. Post Facebook .....</b>	<b>94</b>

<b>Figura 25. Post Facebook .....</b>	<b>95</b>
<b>Figura 26. Post Facebook .....</b>	<b>95</b>
<b>Figura 27. Post de imagen en Facebook.....</b>	<b>96</b>
<b>Figura 28. Formato Post e historia Instagram .....</b>	<b>97</b>
<b>Figura 29. Post Instagram .....</b>	<b>97</b>
<b>Figura 30. Post Instagram .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 31. Post Instagram .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 32. Post Instagram .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 33. Post de imagen en Instagram.....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 34. Formato Twitter .....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 35. Post Twitter .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 36. Post Twitter .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 37. Post Twitter .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 38. Post Twitter .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 39. Post de imagen en Twitter.....</b>	<b>102</b>
<b>Figura 40. Boceto.....</b>	<b>102</b>
<b>Figura 41. Post de imagen en Facebook.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 42. Boceto.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 43. Post de imagen en Instagram.....</b>	<b>104</b>
<b>Figura 44. Boceto.....</b>	<b>104</b>
<b>Figura 45. Post de imagen en Twitter.....</b>	<b>105</b>
<b>Figura 50. Diagramación del afiche en vertical y horizontal. ....</b>	<b>108</b>
<b>Figura 51. Afiche .....</b>	<b>109</b>
<b>Figura 52. Afiche horizontal .....</b>	<b>109</b>

<b>Figura 53. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>110</b>
<b>Figura 54. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>110</b>
<b>Figura 55. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>111</b>
<b>Figura 56. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>111</b>
<b>Figura 57. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>112</b>
<b>Figura 58. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>113</b>
<b>Figura 59. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>114</b>
<b>Figura 60. Piezas gráficas afiches .....</b>	<b>115</b>
<b>Figura 61. Diagrama roll up.....</b>	<b>116</b>
<b>Figura 62. Diseño roll up .....</b>	<b>117</b>
<b>Figura 63. Mockup roll up .....</b>	<b>118</b>
<b>Figura 65. Mockup Tríptico .....</b>	<b>119</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Descripción sobre los tipos de violencia .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 2. Resumen del análisis FODA.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 3. Resultado número muestra .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 3. Dimensiones de la Violencia Intrafamiliar .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 4. Plan de recolección de información .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 5. Distribución de frecuencias. Ítem No. 1 .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 6. Distribución de frecuencias. Ítem No. 2 .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 7. Distribución de frecuencias. Ítem No. 3 .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 8. Distribución de frecuencias. Ítem No 4 .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 9. Distribución de frecuencias. Ítem No. 5 .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 10. Distribución de frecuencias. Ítem No. 6 .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 11. Distribución de frecuencias. Ítem No. 7 .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 12. Distribución de frecuencia. Ítem No. 8.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 13. Distribución de frecuencia. Ítem No. 9.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 14. Distribución de frecuencia. Ítem No. 10.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 15. Planteamiento de estrategia – objetivo 1.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 16. Planteamiento de estrategia – objetivo 2.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 17. Planteamiento de estrategia – objetivo 3.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 18. Cronograma de actividades.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 19. Cronograma de actividades.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 20 Recursos .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 21 Presupuesto.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 22 Presupuesto.....</b>	<b>86</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, la violencia intrafamiliar se ha convertido en un problema evidente en la ciudad de Ambato, esto ha motivado a que se desarrolle una investigación cuyo objetivo es determinar piezas publicitarias que ayuden a contrarrestar esta problemática.

El actual entorno está sumido en un ambiente intolerante, inconsciente e incluso egoísta afectando al núcleo de la sociedad, que es la familia. El número de denuncias por violencia en los hogares de Ambato ha aumentado, siendo más notable durante la pandemia. Por lo que efectuar una nueva forma de concientización distinto a los ya establecidos ayudará desarrollar un hábito de prevención de violencia intrafamiliar que puede resultar beneficioso.

El proyecto tiene como principal objetivo aportar contra la violencia intrafamiliar a través de la publicidad como un medio de difusión, la investigación se desarrolla mediante enfoques cualitativos y cuantitativos que permiten obtener información, además el uso de instrumentos de recolección de datos como entrevistas a psicólogos y profesionales el área del diseño gráfico quienes colaboran con conocimiento para la investigación.

Los resultados en la presente investigación que se pudieron obtener ayudaran a determinar que la publicidad puede contribuir en los problemas sociales mediante la elaboración de estrategias comunicacionales que concienticen a la gente sobre las consecuencias del maltrato en el hogar.

**PALABRAS CLAVE:** Problemas sociales, Violencia Intrafamiliar, Violencia de Género, Piezas Gráficas, Estrategias Publicitarias.

## ABSTRACT

Currently, domestic violence has become an obvious problem in the city of Ambato, this has motivated the development of an investigation whose objective is to determine advertising pieces that help to counteract this problem.

Our environment is plunged into an intolerant, unconscious and even selfish environment affecting the core of society, which is the family. The number of complaints of violence in the homes of Ambato has increased, being more notable during the pandemic. Therefore, making a new form of awareness different from those already necessary will help to develop a habit of preventing domestic violence that can be beneficial.

The main objective of the project is to contribute against domestic violence through advertising as a dissemination mechanism, the research is developed through qualitative and quantitative approaches that allow obtaining information, in addition to the use of data collection instruments such as interviews with psychologists and professionals the area of graphic design who collaborate with knowledge for research.

The results in the present investigation that could be obtained will help to determine that advertising can contribute to social problems through the development of communication strategies that make people aware of the consequences of abuse at home.

**KEY WORDS:** Social problems, Domestic Violence, Gender Violence, Graphic Pieces, Advertising Strategies.



## INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual se conoce de diferentes y constantes conflictos que la degradan, uno de estos es la violencia intrafamiliar. Por tal razón, se pretende usar la influencia de mensajes gráficos como una herramienta altamente potente, en cuanto a comunicación e información, para lograr el refuerzo de conocimientos tanto afectivos como cognitivos y que pueden disminuir este problema de violencia dentro de la familia.

En esta investigación se propone generar ideas gráficas enfocándose en las consecuencias de las víctimas, el ciclo de violencia y en la armonía familiar con el fin de influenciar positivamente a usuarios y generar conciencia sobre esta problemática.

Para ello se ha realizado una investigación sobre el problema, en torno a la violencia intrafamiliar. Después de dichos análisis de investigaciones se analiza el comportamiento de las personas para evaluar la situación, y así, posteriormente se definirá la mejor estrategia acorde a dichos análisis.

Es así que, dentro del Capítulo I, se realiza un enfoque en los niveles maso, meso y micro; objetivo general y específicos, bases teóricas para la investigación determinando las diferentes variables del problema. Siguiendo con el Capítulo II, se trabaja en la metodología de la investigación, el enfoque y la operación de las variables de la investigación. Dentro del Capítulo III se encuentra el análisis y discusión de los resultados obtenidos. Continuando con el Capítulo IV presentamos las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, dentro del Capítulo V se halla el diseño de la propuesta correspondiente a la investigación presente.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1. Tema

Diseño de piezas gráficas para contrarrestar la problemática de violencia intrafamiliar, post-covid en la ciudad de Ambato.

### 1.2. Planteamiento del problema

La familia, como el centro y la base principal de la sociedad no queda excluida de las diversas problemáticas sociales que existen. Dentro del núcleo familiar existen casos donde se manifiestan agresiones entre los miembros de la misma. Por lo tanto.

La violencia intrafamiliar se define como toda acción u omisión cometida por algún miembro de la familia en relación de poder, sin importar el espacio físico donde ocurra. Es un tema que en los últimos años ha crecido notablemente debido a la falta de conciencia que tienen los ciudadanos y ciudadanas sobre esta problemática que aqueja a nuestra sociedad (Canseco Montesdeoca, Rivera Molina, & Álvarez Santana, 2019).

Actualmente la sociedad sufre un constante cambio, mientras que carece en su mayoría de estos valores anteriormente nombrados, puede ejercer su influencia en diferentes personas o grupos independientemente de las clases sociales a las que pertenezcan.

La población ecuatoriana debe lidiar con la crisis social, la cual está marcada en muchas ocasiones por abusos, delincuencia, problemas económicos y similares. Sin embargo, pueden ser varios los factores que den lugar a que se produzca violencia dentro de la familia, como por ejemplo el entorno cultural degradado, la falta de tolerancia, escasas de educación, falta de control, en especial el desarrollo de conductas agresivas que surgen por falta de lazos afectivos. Lo cual nos lleva a las consecuencias y su alcance en la sociedad.

La violencia intrafamiliar es un problema que genera graves consecuencias para sus víctimas, estas pueden sufrir daños físicos, emocionales y psíquicos. Además, que estos miembros en caso de los niños pueden proyectar con el paso del tiempo dichos daños hacia su entorno y las personas que los rodean, timidez deficiencia escolar, mientras que escolar, en mujeres traumatismos y depresión o incluso en hombres estrés, chantaje y temor a ser abandonados.

Por tal motivo es de vital importancia poder reforzar el conocimiento e influencia de valores y educación con el fin de disminuir la violencia intrafamiliar y evitando varios problemas sociales lo cual permitirá crear una sociedad más consiente ya que la institución familiar es la base de la sociedad. Puesto que su desarrollo y progreso dependerá de los valores y la práctica que se den en la familia como su base principal.

### **1.3. Contextualización**

#### **Macro: Latinoamérica**

Globalmente, el 35% de las mujeres del mundo entero han sido víctimas de violencia física y/o sexual por parte de su pareja o de violencia sexual por parte de personas distintas de su pareja. aunque las mujeres pueden estar expuestas a muchas otras formas de violencia; a nivel mundial, el 38% del número total de homicidios femeninos se debe a la violencia conyugal, una cifra muy alarmante; (Organización Mundial de la Salud, 2013).

Otro problema social es el abuso hacia menores de edad, quienes sufren maltrato y desamparo por parte de sus padres u otros tutores. Al igual que en la violencia de pareja, la violencia infantil comprende agresiones verbales, emocionales, físicas y hasta sexuales.

La violencia contra los niños incluye todas las formas de violencia contra los menores de 18 años, infligida por sus padres o por otras personas que les cuiden, sus compañeros, sus parejas u otras personas. Se calcula que hasta 1000 millones de niños de entre 2 y 17 años en todo el mundo fueron víctimas de

abusos físicos, sexuales, emocionales o de abandono en el último año (Organización Mundial de la Salud, 2020).

En todo el mundo hay niños que sufren maltrato y abandono por parte de sus padres u otros cuidadores. Como ocurre en la violencia de pareja, el maltrato de menores comprende agresiones físicas, sexuales y psíquicas, además del abandono.

En cuanto al maltrato infantil no mortal la OMS hace referencia a estudios realizados en varios países que indican que los menores de 15 años sufren a menudo malos tratos o abandono que hacen necesaria la atención médica y la intervención de los servicios sociales. No se conoce el número de menores que son víctimas de abusos sexuales en el mundo, pero las investigaciones indican que aproximadamente el 20% de las mujeres y el 5%–10% de los hombres los han sufrido durante la infancia (PSYCIENCIA, 2014).

Dentro de los países pertenecientes a Latinoamérica, con el pasar de las décadas, la violencia doméstica ha empezado a tomar importancia como un problema social. A pesar que existen leyes que castigan y confrontan la problemática de la violencia intrafamiliar y de género, las cifras muestran vulnerabilidad en las mujeres y menores de edad.

En 2018 se registraron aproximadamente 3250 feminicidios en la región de Latinoamérica y el Caribe. Estos datos son aún más alarmantes en el 2020 a raíz de la aparición del COVID-19 y la necesidad de aislamiento a través de la cuarentena en varios países de la región existiendo un aumento de más del 50% en denuncias relacionadas con agresiones sexuales, violencia intrafamiliar y violencia de género en países como Bolivia, Colombia y Brasil (Cienciamerica, 2020).

Principalmente en la violencia física, psicológica y sexual perpetrada por la pareja íntima hacia la mujer, constituyendo un problema de derechos humanos que continúa en aumento.

### **Meso: Ecuador**

En el Ecuador la violencia intrafamiliar tampoco queda excluida, el 92% de los homicidios de las mujeres son femicidios o existen sospechas de serlo. Asimismo, el 64% de los casos son cometidos por parejas o exparejas, según la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). El 48,7% de mujeres víctimas por parte de sus parejas vive en las zonas urbanas, mientras que el 48,5% en áreas rurales. El 81% son divorciadas y el 31% solteras. El 53,9% enfrenta agresión psicológica y el 38% física. El 70,5% de las mujeres entre 16 y 20 años sufre más violencia. El 63,2% de las mujeres, de cualquier nivel socioeconómico, experimenta los ataques (El Telégrafo, 2018).

El problema actual dentro del país es que estamos viviendo una crisis por la falta de valores en las personas, eso conlleva a que un individuo se auto perciba con superioridad y crea tener poder sobre los demás. La provincia de Tungurahua se encuentra en el tercer puesto de maltrato, mientras que Pichincha y Guayas encabezan la lista (La Hora, 2019).

### **Micro: Ambato**

Los casos de violencia contra la mujer y el resto del núcleo familiar no pasaron por alto durante la emergencia sanitaria. De las 69 audiencias realizadas en Flagrancia, 20 corresponden a violencia intrafamiliar, según estadísticas del Consejo de la Judicatura. De acuerdo a los registros de la entidad judicial, solo entre el 16 y el 30 de marzo de este año, en el país se reportaron 225 flagrancias por este tipo de hechos, es decir, casi 15 flagrancias diarias. Del total de casos atendidos, 200 son contravenciones que se tramitan por procedimiento expedito en una sola audiencia. Los restantes 25 corresponden a delitos y se tramitan por procedimiento directo u ordinario. (El Herald, 2020).

#### 1.4. Árbol de problemas

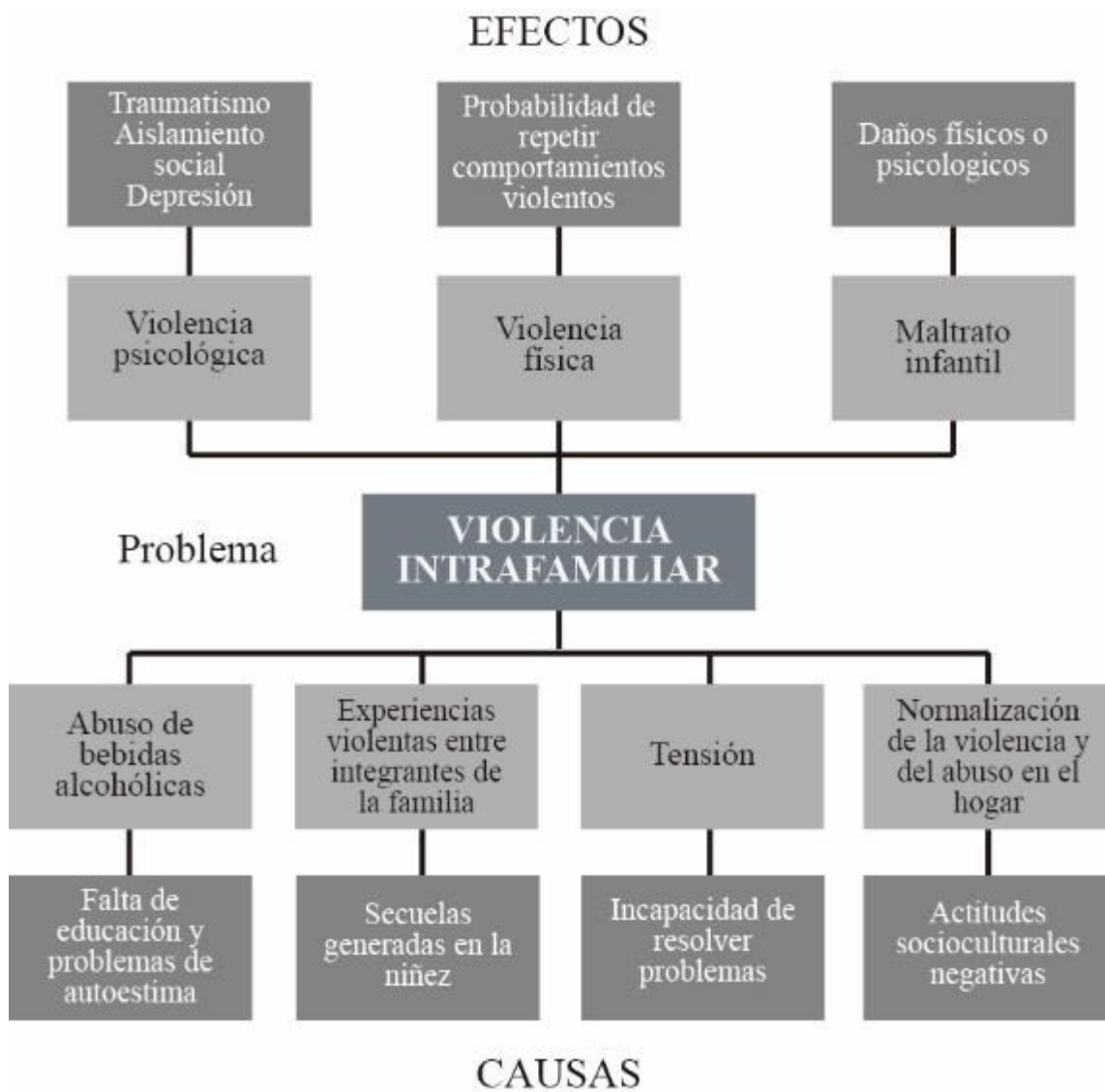


Figura 1. Árbol de Problemas

## **1.5. Justificación del proyecto**

El proyecto tiene como justificación dar a conocer el problema del maltrato en el hogar o la violencia intrafamiliar. Además, este aporta de alguna manera a la concientización como aporta contra esta problemática, conjuntamente con el conocimiento adquirido durante el proceso de investigación. El interés principal del proyecto es tomar las diferentes causas, escenas de la problemática social para vincular con un estilo o tendencia de diseño adecuado para su elaboración.

Por consiguiente, es conveniente llevarlo a cabo, para de alguna forma poder contribuir a este problema en la sociedad, a la vez el proyecto servirá como referencia o punto de partida para futuros proyectos.

Dicho esto, el proyecto es viable debido a que se aprovechara las nuevas tecnologías de comunicación como son las redes sociales, las cuales facilitan en gran manera la difusión y comunicación de algún mensaje, además de que los periféricos digitales son muy comunes y usados en su mayoría, así como variedad de impresos como trípticos o banners. Por lo tanto, estas ventajas ayudan a que el proyecto sea factible.

Finalmente, en cuanto a la factibilidad para la elaboración de este proyecto cuenta con diferentes recursos tecnológicos como computadores, softwares digitales y demás. También se tiene en cuenta el tiempo y los recursos humanos necesarios para lograr desarrollar este proyecto. Por tal razón es importante aprovechar el uso de las herramientas que el diseño gráfico ofrece ya que la información que se logre obtener servirá para brindar un sistema de comunicación que aporte a nuestros objetivos.

## **1.6. Objetivos.**

### **1.6.1. Objetivo general.**

Elaborar elementos gráficos adecuados que ayuden a prevenir la violencia intrafamiliar post-covid19 en la ciudad de Ambato.

### **1.6.2. Objetivos específicos.**

- Establecer los tipos de violencia intrafamiliar, siendo posible verificar este objetivo.
- Determinar las causas y consecuencias de la violencia intrafamiliar, tomando en consideración la más relevantes para generar este proyecto.
- Plantear propuestas gráficas adecuadas que ayuden a difundir y sensibilizar sobre la violencia intrafamiliar.
- Establecer una estrategia de comunicación dentro de las redes sociales para la difusión del proyecto propuesto.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Estado de la cuestión

La presente se realiza tomando como base algunos trabajos investigativos enfocados en los problemas de violencia, así como referencia a ciertos artículos web y artículos bibliográficos que aportarán información suficiente para argumentar el presente proyecto de investigación.

“La violencia intrafamiliar y los factores de riesgo, como inciden en los niños de primero a tercer año de educación básica de la escuela fiscal Nicolás Mestanza y Álava” (Pérez, 2015) en la cual indica que:

La violencia familiar puede ser física, psicológica, o sexual y ocurre en todas las áreas sociales y culturas. El origen del problema inicia en el hogar, en los padres y afecta a los niños, el objetivo de su investigación era evidenciar los efectos del maltrato doméstico donde se halló que los padres necesitan ayuda psicológica social, por lo que se elaboró la propuesta que les ayude a concientizar sobre la relación con los niños.

Dicha investigación determino que ciertas acciones como golpes y maltratos en parejas afectan también a los hijos debido a que ellos lo presencian. Es decir, que se manifestarán consecuencias psicológicas tanto en el niño y en la madre; particularmente los hijos pequeños por ser los más propensos a sufrir secuelas de un ambiente violento en el hogar ya que los niños absorben como una esponja todo lo que miran en sus padres y lo reflejan.

Se concluye que cualquier tipo de maltrato es un fenómeno con características agresivas e impulsivas que se originan desde el desarrollo de la infancia en los padres para posteriormente ser manifiestas en la adultez. Pues, adoptan este hábito como su parte convivencial del hogar dificultando un ambiente más pacífico y admisible a causa de que este hábito viene siendo arrastrado desde la niñez causado por un trastorno psicológico, siendo un generador de la problemática.

“Análisis sobre la violencia intrafamiliar en la ciudad de Babahoyo” (Sandoya, 2015) alude que:

Los casos de violencia han ido en aumento y se amplía en un conflicto continuo donde se muestran escenarios como mujeres frustradas, esposos abusivos, hijos desorientados, etc. Siendo que perjudica la salud física y mental considerablemente, se considera a la utilización de material gráfico beneficiosa para llevar a la concientización familiar con el propósito de reducir los índices de violencia intrafamiliar y/o también poder desarrollar valores que beneficien el bienestar personal.

Sandoya en su trabajo indica que dentro de la violencia intrafamiliar se presentan acciones como abuso verbal o físico, maltrato psicológico, abuso sexual, amenazas, agresiones y demás, convirtiéndose en un patrón de conductas hacer adquiridas durante la infancia. Esto se debe a tres factores que son; incapacidad para solucionar problemas, ausencia o poco interés de demostrar afecto y la falta de autocontrol sobre los impulsos.

Tanto en el trabajo de Sandoya como el de Pérez es notable un factor común, es decir un patrón existente, las conductas de agresión aprendidas que vienen a ser resultados desde la etapa infantil donde se presenciaron experiencias violentas siguiendo incluso en la juventud. El enfoque de estas investigaciones se relaciona con el presente proyecto por lo que se busca lograr un hábito de prevención y concientización en las personas, teniendo en cuenta que el problema comienza en violencia en infantes, a través del diseño gráfico como herramienta.

“Desarrollo de piezas gráficas que evidencie la problemática social de los niños y niñas maltratados, con el fin de informar a la población de la administración zonal norte Eugenio Espejo – Parroquia Ñaquito” (Vargas S. , 2014) en la cual manifiesta que:

El problema con respecto a la violencia doméstica o violencia intrafamiliar es la falta de interés por parte administraciones y la escasez de análisis de la problemática sobre las condiciones sociales, en consecuencia, se genera una publicidad mal

desarrollada mostrando inconsistencia en informar al colectivo en ocasiones especiales acerca el maltrato por lo que no ha habido ninguna mejoría en los trabajos visuales sobre el maltrato infantil.

Vargas en su trabajo utiliza un tipo piezas gráficas diferentes conocidas como Publicidad de Guerrilla para su trabajo investigativo. A esto explica que la publicidad alejada de los medios tradicionales de difusión a los que estamos acostumbrados como radio, televisión, prensa, etc., permitirá captar una mayor atención del público abriendo paso a otras nuevas formas más innovadoras de comunicar con las cuales se puede trabajar.

Finalmente concluye que la recopilación óptima de bases teóricas ha permitido que su trabajo se centre en el problema de información visual ya que se ha enfocado en las condiciones en que las víctimas padecen, de tal forma que generaron un mayor entendimiento ayudándolas con mejor efectividad.

El enfoque de las investigaciones mencionadas está alineado con el objetivo del presente proyecto ya que lo que se busca es generar prevención y concientización contra la problemática mencionada en potenciales agresores a través de las diferentes herramientas del diseño gráfico partiendo desde la violencia en infantes.

## **2.2. Enfoque social del diseño**

Para la presente se centra en la problemática social, dado la situación actual post COVID-19, el cual sigue vigente hasta el día de hoy, los casos de denuncias de violencia doméstica han subido drásticamente como lo muestran diferentes datos mencionados anteriormente. La problemática de la violencia intrafamiliar lleva a muchas mujeres, ya sean cónyuges o pareja incluyendo a sus hijos, a vivir un calvario dentro de sus propios hogares, estas han tenido que soportar diferentes tipos de maltrato.

Por lo tanto, en enfoque social está centrado en la prevención y concientización de la finalidad es llevar el pensamiento y acción como la responsabilidad social con

respecto a la problemática mencionada para el ejercicio del diseño con un enfoque centrado en la resolución de problemas sociales, orientado prevenir la violencia y concientizarla.

Por tal razón es de gran importancia que el proyecto se enfoque un aporte asocial a este problema con el fin enfocar el diseño en ayudar a personas que sufren de este problema con el fin de reducir todo tipo de violencia en el hogar lo más próximo posible.

### **2.3. Marco conceptual**

El diseño gráfico está muy presente en la actualidad y ha servido como medio que se acopla a las necesidades de transmitir un mensaje de forma efectiva. Es utilizado en diferentes medios visuales ya sean a través de dispositivos tecnológicos o medios convencionales como rótulos, folletos, etc. Por lo que el diseño se vale de los diferentes materiales y elementos gráficos para que combinados con la creatividad puedan lograr transmitir un mensaje o idea a las personas, es decir lo receptores.

En la comunicación el diseño tiene un propósito y un proceso previo, a esto Moreno (2014) menciona que:

El diseño gráfico es por lo tanto un proceso creativo que combina el arte y la tecnología para comunicar ideas. El diseñador trabaja con una variedad de herramientas de comunicación para transmitir un mensaje de un cliente a un público en particular. (pág. 13).

La combinación de diferentes elementos como imágenes, textos, ilustraciones ayudara a transmitir las ideas de mejor manera. A esto se complementa con el criterio de (Costa) que afirma “el diseñador gráfico es el responsable de la puesta en forma visual del mundo. Decimos puesta en forma igual como decimos puesta en escena o puesta en práctica.” (pág. 89). Con esto deduce que dentro de la comunicación visual el significado es todo lo que el diseñador busca manifestar.

Por lo tanto, se da a entender que “El diseño gráfico ha ido cobrando, paulatinamente, mayor relevancia en el campo de la comunicación de las ideas

convirtiéndose hoy en un verdadero poder de persuasión, ya que su objetivo es influir en el modo de pensar de las personas” (Moya, 2006, pág. 6). El uso de mensajes con diversos elementos gráficos sirve para comunicar visualmente ideas y conceptos, con la finalidad de convencer y persuadir a quien nos dirigimos.

Existen ciertos tipos de clasificación dentro del diseño gráfico que hay que comprender, algunos conceptos mencionados por (Ideakreativa) establecen que cualquier contenido en las Redes Sociales también reflejan la identidad corporativa o marca a través del uso de esquemas de color y logotipos de la marca para ayudar a crear una presencia online que sea instantáneamente reconocible

### **Piezas Gráficas**

Las piezas gráficas son un conjunto de composiciones visuales del diseño y pueden reflejarse en diferentes formatos y soportes ya sean físicos o digitales, de acuerdo a las necesidades determinadas. Es decir que “Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades” (Naranjo, s.f.). Además, están fuertemente relacionadas con la publicidad.

Dentro de la comunicación visual, las propuestas deben presentar su concepto claro con su unidad y línea gráfica para crear un reconocimiento visual y finalmente dar un mensaje al público objetivo de manera ordenada, con la finalidad de dar a conocer una idea de forma sencilla. Entonces los diferentes elementos deben estar distribuidos de manera proporcional y equilibrada.

Entonces elementos que componen un diseño como el color, la tipografía, imágenes, tamaños y demás son claves importantes para poder generar las piezas gráficas. Estos elementos confieren una construcción visual a la idea o mensaje que se quiere transmitir; por lo que la conjunción adecuada de los elementos y conceptos enriquecen el mensaje que se quiere dar a conocer.

Publicidad

La publicidad está presente en casi todo el entorno en el que convivimos, ya sea en exteriores como rótulos, carteles en las vallas, en inmobiliarios; y notables en medios digitales como en periféricos digitales, redes sociales donde es muy común encontrar varios anuncios. Esto da a entender el rol notable como parte importante que tiene dentro la sociedad que está en constante comunicación.

Por tal razón, la finalidad de la publicidad es la comunicación hacia el público en busca de llevar o transmitir un mensaje para persuadir a este; ya sea mostrar una idea, un producto o un servicio. Además de usar diferentes métodos y medidas para alcanzar a su público objetivo; Wells, Moriarty, & John William (2007) afirman que: “En cierta manera la publicidad es simple. Se trata de crear un mensaje y enviarlo a alguien esperando que reaccione de una forma determinada. Esto se ve durante toda la vida en los miles de comerciales que se observan en televisión y en los anuncios que se leen en revistas, carteleras, Internet y otros lugares” (pág. 5).

Por lo tanto, la publicidad es un instrumento para poder lograr captar la atención de los públicos objetivos a través de la información y persuadir. Así pues, se debe establecer que el estilo del diseño este acorde al contexto y mensaje para lograr un efecto en el comportamiento; en este caso sobre una problemática social, lo que ayudará a persuadir y crear diferentes cambios de actitud, sobre todo tener resultados positivos.

A esto también Wells, Moriarty, & John William (2007) mencionan que “La persuasión es el intento consciente por parte de la fuente de influir o motivar al receptor del mensaje para que crea o haga algo” (pág. 114). En referencia sobre el comportamiento se trata de crear un cambio en la persona y su conducta ya sea de a través de mensajes con argumentos racionales en forma emotiva.

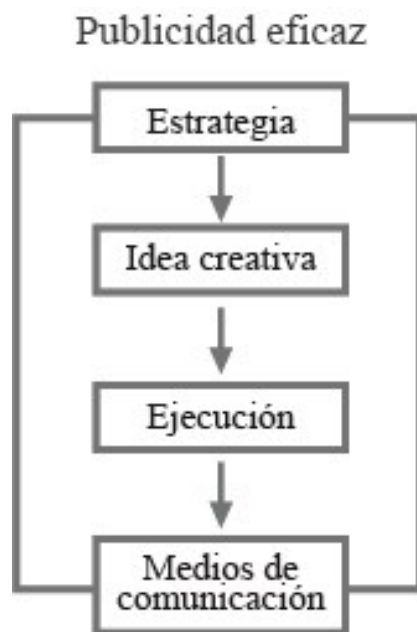
Podemos concluir que por medio de la publicidad con un enfoque social puede expandirse e impactar en el público, tomando esto como ventaja y combinando con los medios para llevar un mensaje. Para ello se vale de campañas gráficas que ayudan a persuadir y tocar la mente del público al que queremos mostrar la idea o enseñar para cambiar comportamientos y crear incentivos; es decir, puede causar que alguien se

detenga, mire o medite; con esto puede prevenir y disuadir comportamientos y actitudes.

### **Conceptos clave de publicidad**

Se recalcan cuatro elementos importantes dentro de la práctica a continuación que son:

- a. La estrategia de publicidad. Son el desarrollo de acciones meditadas creadas para llegar a una meta, por lo que se requiere una buena dirección y enfoque. Se crea el anuncio a base de sus objetivos para ser dirigida a la audiencia que se pretende llegar y enviar un mensaje a través de los medios de comunicación adecuados.
- b. La idea creativa. Es la idea central de un anuncio para captar la atención e infundir en la memoria. Es un proceso que nace de la sintetización de elementos usados por el anunciante para transmitir un mensaje además del uso de conexión emocional para atraer al receptor.
- c. La ejecución creativa. Concreta todos los pasos estratégicos para establecer los medios de comunicación en que los anuncios que van a ser difundidos en los diferentes. La publicidad fija la normativa para la transmisión, impresión y diseños en la web.
- d. Medios de comunicación. Son todos los sistemas, instrumentos o canales a través de los cuales se pueden transmitir diferentes tipos de mensajes y generar o intercambiar información. Aquí se destacan dos tipos importantes:
  - Medios de comunicación masiva: Son capaces de alcanzar una gran audiencia e incluyen televisión, periódicos, impresos, revistas, radio o exteriores
  - Medios digitales, Usados para transmitir formatos multimedia a través de periféricos modernos como celulares, laptops, y televisión.



*Figura 2. Conceptos claves de publicidad eficaz*

### **La persuasión**

Influenciar a un grupo objetivo con argumentos y lógica sobre hábitos saludables, prevención de contagios o beneficios de alguna acción se considera como resultados de haber generado persuasión ya sea en forma colectiva o individual, por ende, para crear cambios dentro del entorno social es vital conocer acerca de este tema.

La palabra persuadir (Significados, 2018) proviene de la palabra en latín *persuadere*, que significa convencer o aconsejar. En teoría es la capacidad para aconsejar o incitar sobre cierta idea o punto de vista a una persona. En este sentido, se busca lograr influenciar a base de argumentos al receptor para que este realice cierta acción o cambiar su pensamiento.

Se dice que la persuasión es eficaz cuando incita una acción a la audiencia, para esto se debe tener en claro una serie de pasos o acciones propuestas con una buena estructura argumentativa sobre lo que se desea conseguir en el público. Con el fin de disminuir problemas sociales y mejorar el bienestar en la sociedad “puede entenderse de forma extensa, como una estrategia encaminada a intervenir sobre la opinión o las actitudes del otro”. (Robles & Romero, 2010, pág. 151).



Hay que tener en claro que se pretende persuadir y convencer, mas no de imponer o manipular, los cuales son términos distintos. La persuasión tiene como objetivo una búsqueda de influenciar en las conductas de las personas mostrando con claridad cuáles son las intenciones; mientras que la manipulación busca la manera de influir, pero ocultando cuales son intenciones. Por lo tanto, la persuasión se caracteriza de un valor positivo y útil al ser transparente en cuanto a intenciones.

### Diseño persuasivo

El diseño persuasivo no se centra meramente presentar un mensaje de forma agradable, es decir, debe ser claro cuando comunica sin mostrarse demasiado pretencioso con el objetivo de que el receptor se sienta alguna conexión o vínculo emocional con algún recuerdo o experiencia vivida o vista (Cualit, s.f.). Por lo tanto, se debe recurrir a los diferentes recursos técnicos y visuales acorde a lo que se quiera mostrar.

Es necesario conocer muy bien los deseos, hábitos o sensibilidades para poder dirigirnos por lo que se vale de emociones, argumentos y la confianza que se dé al público que nos dirigimos. Una vez que se generado un recuerdo dentro de la mente se habrá logrado la meta. “Los mensajes persuasivos actúan en dos maneras: asustan a la gente haciendo claro que ciertas cosas negativas pueden suceder; u ofrecen al público un beneficio en una manera creíble” (Frascara, 2006, pág. 137).

La emoción que se genera a cierta situación permite obtener una interpretación. Con una imagen podemos saber si paso a tener agrado y aprobación. El diseño combinado con estas herramientas puede generar la reacción que se busca en el público que queremos y hacer que el mensaje no quede desapercibido, Por tanto, con la investigación correcta, su aplicación bien planteada y un mensaje reforzado se lograra plasmar en la mente de las personas.

### **Retórica visual**

En la comunicación, “Lo verdaderamente importante de la retórica visual es que es la sintaxis del recurso connotativo, la forma de organizar los significados de los elementos de una representación visual.” (Acaso, 2006, pág. 93). Por lo tanto, es un

valioso recurso para llegar a la mente del público mostrando y destacando algún elemento visual que conecte con ellos.

La retórica visual es un medio conveniente que permite transmitir y persuadir al público algo distinto. Se trata de convencer o sugerir alguna cosa o acción en particular por medio de mensajes visuales o verbales. Por lo tanto, debe ser previamente analizado los diferentes contenidos simbólicos y el significado a los que se hace referencia las piezas gráficas del diseño.

### **Semiótica**

Dentro de la comunicación también está presente el sistema de signos que permiten el intercambio de mensajes, por lo que Costa afirma que, “Es la ciencia asociada a la comunicación que estudia los procesos de relación entre el ser y su entorno” (Costa, 2013, pág. 30). A lo que el autor refiere a la interpretación propia de un usuario en base de las experiencias y la impresión que forma un símbolo dentro de la mente, generando un significado, conocido como fenómeno pragmático.

El autor recalca de manera sencilla que el signo tiene un significado para alguien y la interpretación que todo ser vivo tiene acerca del mundo o la realidad en general. Se entiende que por interpretar es toda relación que se puede desprender de un ser con los signos. Así pues, se entiende el uso de la semiótica dentro de la presente investigación, ya que deberán estar utilizados debidamente para que el público, al cual va dirigido el mensaje logre identificarlos.

### **PUBLICIDAD SOCIAL**

Estos tipos de anuncios comunican un tipo de mensajes como la prevención del abuso, dejar de conducir en estado de ebriedad, consecuencias del cigarrillo, etc. A diferencia del resto de anuncios comerciales a los que estamos acostumbrados la publicidad social busca, por medio de campañas publicitarias con temáticas sociales o piezas gráficas, causar un efecto dentro de la sociedad con el fin de lograr un cambio de actitud hacia una causa social.

La publicidad social en sí busca apoyar buenas causas sin ningún ánimo de beneficio personal, por lo que se extiende a fomentar el bienestar individual o colectivo; Wells, Moriarty, & John, (2007) mencionan que “se analizan las preocupaciones sociales y las preguntas éticas que constituyen un marco más amplio para un análisis de la función que desempeña en la sociedad moderna” (pág. 61).

Diariamente la sociedad se enfrenta a diversos problemas complejos, además de que la rutina y el desinterés hace que esta se vuelva más insensible ante la problemática social, en este caso como la violencia doméstica. Sin embargo, el rol de la publicidad en la sociedad puede contribuir a un llamado a despertar y enfrentar las diferentes preocupaciones sociales existentes.

Cabe recalcar que las problemáticas sociales no cuentan con una solución fácil, por esta misma causa la publicidad social tiene un rol fundamental en informar, crear conciencia, sensibilizar para lograr un cambio ante la realidad social. “La buena publicidad trabaja a favor de la corriente y, en muchos casos, su afán innovador hace que incluso se adelante a los cambios anunciados y propicie o empuje avances sociales” (Bassat, 2004, pág. 34).

Como sea, no se puede cuestionar la función de la publicidad en cuestiones sociales para concientizar y generar hábitos de prevención por medio de ideas o conceptos sobre la violencia intrafamiliar. Entonces la publicidad social ayuda a difundir las características, las ideas sobre esta problemática persuadiendo al público de concientizar y reflexionar sobre este fenómeno social.

## **CAMPAÑA GRÁFICA**

Campaña, Según el diccionario de La Real Academia de la Lengua, define como un conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado. Existen ejemplos como campaña contra la usura, contra la corrida de toros, campaña política, campaña de prevención contra el cáncer, etc.

Gráfica, De acuerdo al diccionario de diseñador es relacionado a todo tipo de publicidad que tiene como final el medio impreso diccionario 2011.

## Estructura de una campaña publicitaria

Es necesario comprender como se estructura una campaña. De acuerdo a (Erickson, 2001) la campaña se desarrolla por medio de diferentes fases:

**Público objetivo:** También conocido como “target”, son el grupo de personas a quienes nos dirigimos. En el caso de la campaña hay que considerar las características que cada persona tiene, por lo que será mucho más eficaz si se indaga sobre el grupo específico destinado; por tanto, hay que considerar información como:

**Psicográficos:** Se analiza valores, estilo de vida y personalidad del público.

**Sociodemográficos:** Intervienen factores como edad, sexo, estudios realizados, etc.

**Socioeconómicos:** Referido al nivel de ingresos.

**Establecer objetivos:** Definen el propósito y las metas que se pretenden conseguir. Pues se plantea una serie de actividades a ejecutarse para alcanzar los resultados que se esperan en una campaña. Para poder definir los objetivos se necesita trabajar en base a la información recogida sobre el público objetivo.

**Estrategia publicitaria:** Se busca poner en movimiento los objetivos de la campaña en función a lo que se desea lograr en el consumidor. Para conseguir esto se necesita investigar al público objetivo posteriormente tener en claro el mensaje que queremos transmitir, concretar la forma de comunicarlo y finalmente definir los medios que se utilizan para alcanzar al target.

## Medios

Una vez establecido los bases anteriores hay que determinar estrategias para entregar un mensaje, acorde a los objetivos ya propuestos de la investigación.

**Above the Line (ATL)** Utiliza medios de difusión masivos para alcanzar un target suficientemente amplio.

**Below the Line (BTL)** Se enfoca en comunicar por canales más directos segmentados a un grupo específico de personas.

Through The Line (TTL) Es una combinación integrada del BTL con el ATL, para obtener una mayor cantidad de audiencia y generar conversiones a la vez.

Mensaje: La función principal debe ser captar la atención del público objetivo, tiene que ser responsable, generar conciencia y atracción. Y debe estar acorde a los objetivos de la campaña e investigación es que la audiencia para lograr las metas que se pretende alcanzar.

Presupuesto publicitario Se contemplan los gastos que se efectuaron durante el desarrollo de la campaña relativo a modificaciones, uso de medios y demás.

#### Campañas de comunicación pública

También denominadas como marketing social (Wells, Moriarty, & John, 2007) suelen ser usadas por organizaciones sin fines de lucro como campañas para crear cambios en la mente o acciones del público como un medio para reducir comportamientos dañinos, como por ejemplo en áreas con problemas de contaminación, irresponsabilidad en el consumo de bebidas, etc. En resumen, las campañas son creadas para ayudar causas socialmente importantes.

#### **Comunicación visual**

En el actual entorno no basta usar solo palabras para expresarse, también se aprovechan imágenes como recurso para despertar interés. Es importante entender que dentro del diseño de la comunicación visual las imágenes facilitan a la comprensión del mensaje. Así que, Wells, Moriarty, & John (2007) menciona “En la publicidad eficaz, no sólo se necesitan palabras para comunicar ideas y sentimientos; también los visuales. Éstos, por lo general, trabajan junto con las palabras para presentar el concepto creativo.” (pág. 387).

Las decisiones para la elaborar mensajes visuales deben provenir, principalmente de la realidad social que se está investigando y se desea comunicar, antes que gustos personales del diseñador. Por lo tanto, el diseño debe enfocarse en dar a conocer la realidad que se pretende enseñar y que después el público receptor se desafíe con los mensajes. Por lo que Frascara (2008) cita que “Es importante problematizar el aspecto

visual de las comunicaciones, pero contextualizado dentro del aspecto operativo” (pág. 19).

Dentro de las comunicaciones visuales los mensajes deben ser capaces de atraer y retener la atención (Frascara, 2006), por lo que debe tenerse en consideración tres factores fundamentales:

1. Contenido y claridad de la forma:

a) La exposición de los distintos elementos individuales (comprensión y percepción) como gráficos, diagramas, letras, números, símbolos, señales, mapas, pictogramas, etc.)

b) El ordenan de secuencias comunicacionales, Tiene que ver con la colocación correcta de los elementos y su distribución en el espacio según un determinado criterio o una determinada norma. Este trabajo, más allá de la estética, se enfoca en la estructuración de las comunicaciones, está presente en ejemplos como, anuncios, reglamentos, instrucciones para emergencias, manuales de instrucción, interfases, etc.

2. Estímulo y facilitación de la lectura, dentro del diseño de publicaciones el texto debe tener legibilidad para que pueda leerse con facilidad, está presente tanto en medios impresos y electrónicos.

3. Consideración que se quieren mostrar, en este caso dentro de la investigación serian aspectos de entorno social.

Para hacer que la comunicación afecte los diferentes aspectos de la gente como sus comportamientos, hábitos o conocimientos, deben ser comprensibles detectables, llamativas, distinguibles y persuasivas. También deben estar muy bien estructuradas en base al conocimiento obtenido de la investigación y a los objetivos que se pretenda en una campaña gráfica o publicitaria considerando los aspectos del contexto social al cual se dirigen.

## **Comunicación**

La comunicación es un sistema importante dentro de cualquier sociedad, la comunicación puede verbal, visual, textual etc. en este sentido la ilustración es un sistema de comunicación en el cual las imágenes dicen más que el texto, en otras palabras, la imagen habla por sí sola.

Según Costa (2007), comunicar “es poner en común, compartir entre dos polos humanos” debido a que en el proceso un individuo concibe, codifica y emite; mientras que el otro realiza el mismo recorrido a la inversa: recibe, decodifica e interpreta un mensaje. (SOLAN, La versatilidad de la ilustración digital y la ilustración tridimensional en el diseño de revistas, 2014, pág. 28)

Ambrose y Harris (2004) concuerdan en que las imágenes poseen la habilidad de transmitir una idea o mucha información de forma rápida, logrando comunicar de maneras distintas debido a su versatilidad, es por esto que la imagen es un elemento de gran importancia en el diseño gráfico. Aseguran que el uso de la imagen quizá sea el aspecto más fascinante del diseño, puesto que pueden causar un profundo impacto en el resultado debido a las reacciones emocionales del espectador.

Por ello para llegar a transmitir el mensaje no solo se debe pensar en la imagen, sino también en el estilo a aplicar, las tipografías a utilizar, la cromática y plantearse correctamente el objetivo que se desea cumplir.

## **Violencia intrafamiliar**

Variable dependiente: Violencia intrafamiliar

## **Problemática social**

La sociedad es considerada como una agrupación de personas sujetas a reglas y obligaciones donde todos cumplen una función y están presentes también ciertos aspectos como política, economía, educación, la tecnología, la cultura. Sin embargo, existen una problemática, que son un conjunto de problemas sociales que han ido emergiendo hasta los días actuales y pueden influenciar negativamente en la formación de un sujeto si no se es tomado en serio.

Las causas de los problemas sociales tienen que ver con las condiciones de difícil acceso para algunos dentro de la misma sociedad y pueden surgir por aspectos políticos, económicos, etc. Estas han deteriorado algunos sectores más que otros de una población “Los problemas sociales han existido desde el surgimiento mismo de la humanidad, aunque en determinadas épocas y situaciones hayan sido peores que en otras, como es normal” (Raffino, 2020).

En acorde a otro argumento se señalan los trastornos que padecen sectores sociales aislados de obtener un nivel de vida digno, problemática que retrasa más el avance de las comunidades, por lo que en consecuencia se desarrollaría más la negativa social. “Los problemas sociales son dificultades que diversas sociedades padecen y que afectan a unos sectores de la población más que a otros” (Ayala, 2020).

Uno de los grandes inconvenientes en la problemática social es que son complejos de resolver respecto a que existen diferentes causas o raíces que generan este agravio en el desarrollo social por tanto es difícil identificar cuáles son más urgentes o cuál debe ser la metodología correcta que resuelva esta incertidumbre social.

Causas de los problemas sociales



El gobierno está al cargo de desarrollar políticas sociales que ayuden a revertir o disminuir los problemas sociales con el objetivo de mejorar la calidad de vida. Sin embargo, las menciones de estos problemas en los medios informativos son muy comunes y parecen indicar despreocupación por esto, lo que indica no se ha trabajado lo suficiente sobre el problema para brindar soluciones a las problemáticas.

No es una tarea sencilla dar con las causas que originan la problemática social debido a que estas se producen por diferentes acciones; algunas relacionadas con desarrollo de políticas injustas que benefician solo a la corrupción mientras que otras tienen que ver con el abuso hacia un grupo personas con menos poder para sacar alguna ventaja o la creciente demanda de trabajo para poder subsistir. Por tanto, se cree que las anomalías de un entorno social tienen su causa principal en: Las desigualdades económicas y políticas o sociales.

Se estima que la falta de empleo es una de las causas que mayor realce tiene. Algunos elementos como el estrés, la preocupación y la falta de soluciones para responder a necesidades básicas pueden llevar al individuo por inclinarse a escoger malas decisiones como robo, hurto o asaltos. Al encontrarse en un alto nivel de desesperación y sin hallar una fuente de ingresos puede caer en acciones que no quería hacerlas, pero termina haciéndolas al no encontrar otra solución.

Por otro lado, la desigualdad en el ámbito social hace participación cuando algunos grupos buscan aprovecharse y tener beneficiosos, sin duda motivan a que la exclusión y la desigualdad económica y de oportunidades en muchos lugares (OXFAM INTERMÓN, s.f.). Esto ha sido factor común para que acontezcan problemas sociales dentro del país conllevando a que surjan situaciones complejas que pueden obligar a cualquier individuo a realizar cualquier tipo de actos perjudiciales tanto para al entorno de la sociedad y a el mismo.

Es un hecho que las desigualdades económicas tienen que ver con el resultado de decisiones políticas nefastas que generaron efectos desastrosos dentro de la economía, a los cuales sólo pueden subsistir aquellos que gozan de un buen patrimonio. En

consecuencia, la desigualdad social sumado al desinterés de generar soluciones harán que aumente más el índice de problemas sociales que acarrearán el entorno social.

Si la sociedad es injusta e indiferente a la falta de oportunidades con el resto de habitantes, los problemas irán en aumento (Ayala, 2020). Algunos problemas más comunes que encontramos en la actualidad son:

- Pobreza
- Desempleo
- Hambre
- Delincuencia, drogadicción y alcoholismo
- Violencia intrafamiliar
- Intolerancia
- Prostitución
- Racismo
- Corrupción
- Bullying

### **Bienestar social**

Contrario a los problemas sociales, el bienestar se refiere al conjunto de factores que satisfacen las necesidades básicas de los integrantes de una sociedad, en consecuencia, haber alcanzado un buen nivel de calidad de vida. Es decir que: “El bienestar social se expresa en diferentes aspectos de la vida social de la población: en el acceso a la educación, la salud, la alimentación, la vivienda o los bienes de consumo, entre otras cosas” (Significados, 2017).

Entonces, la calidad de vida comprende algunos factores que contribuyen a su desarrollo (Galván, 2014). Se encuentran los factores subjetivos donde se percibe el bienestar físico, psicológico y social a nivel individual; posteriormente están los factores objetivos, aquí interviene el bienestar material, de salud y relación armoniosa en la comunidad.

En este sentido, dentro de la calidad de vida se considera cinco grandes áreas:

- Físico, referido a la salud y la seguridad física;
- Material, están los niveles de ingresos, acceso a una vivienda, transporte, servicios básicos entre otros;
- Social, sano desarrollo de relaciones interpersonales con la familia y otros círculos sociales;
- Emocional, si una persona se desarrolla con una buena autoestima, su mentalidad y personalidad serán sanas.
- Desarrollo, intervienen la educación para lograr ser productivos en el área laboral.

Entonces, hablar de bienestar es visualizar un estado digno, libre de cualquier aflicción causada por alguna de las problemáticas sociales mencionadas anteriormente; en este caso se trabaja sobre la violencia intrafamiliar, en la cual nos centraremos. Si la sociedad está formada por la familia y su preservación depende de esta, entonces es muy importante velar para que los miembros de esta se desarrollen y ejerzan en un ambiente sano.

Por lo tanto, se investiga todos los factores que se involucra, como aspectos socioeconómicos, culturales y psicológicos, para determinar las posibles causas de este tipo de violencia en la familia para analizar las causas más relevantes que dan lugar a este fenómeno social. Entonces a partir de la información adquirida para lograr reducir la problemática y generar prevención.

Cabe recalcar que, la lista de áreas mencionadas anteriormente puede tener diferente influencia en los ámbitos individuales y colectivos. Por lo que para la presente investigación se tiene en cuenta las consecuencias de las influencias, los efectos en la personalidad y características de un individuo, en este caso dentro del entorno familiar, ya que se requiere un análisis de los diferentes comportamientos y reacciones que se presenten.

Cuando se habla acerca de temas sobre violencia se percibe acciones como maltrato, golpes, abuso, etc.; en cambio, la violencia en el ente familiar refleja distintos maltratos y agresiones entre miembros del hogar. Una descripción más clara se menciona que “La violencia doméstica, violencia familiar o violencia intrafamiliar comprende todos aquellos actos violentos, desde el empleo de la fuerza física, hasta el matoneo, acoso o la intimidación, que se producen en el seno de un hogar” (Silva, 2012).

La violencia es una problemática social que se presenta en todos los terrenos de la vida humana. Debido a que la violencia que se genera dentro de la familia abarca consecuencias negativas para sus miembros y en consecuencia para la sociedad, ya que se perciben actos violentos que ocasionan daño físico, psicológico y sus secuelas reducen la calidad de vida por lo que se convierte en un problema de salud pública grave en la vida social.

La violencia es una realidad que con el paso del tiempo ha empezado a visibilizarse debido a que ha estado en aumento. Es así que, se hace referencia la violencia con el término agresión, detallándolo un patrón de conductas agresivas que son adquiridas por medio de la observación (López & Rubio, 2020). Por lo tanto, esta puede ir en aumento de no ser tratada el número de casos y denuncias irían en aumento, como lo demuestran las cifras tomadas en la etapa de confinamiento sanitario causada por el COVID-19.

En el Ecuador, la violencia ha ido en crecimiento debido al confinamiento sanitario (Montero, Bolívar, Aguirre, & Moreno, 2020), según reportes solo hasta en abril del año 2020 los casos de violencia subieron a un 47%; por otro lado, el ECU 911 el

número de llamadas creación durante la pandemia pasando de 268 de alertas a un promedio de 587 de llamadas por día. Sin embargo, no solo debe preocupar el aumento, las secuelas que estas por las formas de maltrato que pueden haber vivido y como que repercuten.

#### Tipos de violencia intrafamiliar

Se puede aseverar que las personas en su mayoría fueron víctimas de violencia en su hogar, aunque no se reconoce. Con todo, la violencia dentro de la familia puede irse en contra alguien más vulnerable como puede ser adolescentes, niños, hombres, ancianos y madres (Violencia familiar, s.f.). Se presentan diferentes causas y características por lo que se manifiestan tres tipos que son física, psicológica y sexual.

*Tabla 1.  
Descripción sobre los tipos de violencia*

Violencia física	Son agresiones físicas sobre las víctimas sometiéndola a golpes o con algún objeto, provocando lesiones. Pueden ser puñetazos, empujones, arrojar objetos, laceraciones, etc.
Violencia psicológica o emocional	Ejerce maltrato de manera verbal con intención dañina a nivel psicológico o emocional a través de insultos, miedo, intimidación, humillaciones, manipulación, gritos, comparación, desafecto, amenazas, etc.
Violencia sexual	Se entiende por relaciones sexuales forzadas por medio del uso de fuerza física o algún tipo de amenaza o coerción y chantaje. Obligar a realizar cualquier tipo de practica sexual o explotación para beneficio económico.

Acoso	Conducta de amenaza que causa temor o preocupación sobre el bienestar de la víctima que en general procede en agresiones físicas o sexuales. Incluye seguir a la víctima y amedrentar a través de llamadas y mensajes.
Violencia económica	Implica control sobre la víctima al ser el proveedor del hogar para manipular al resto y controla los recursos de la víctima, como el tiempo, dinero, alimento y demás pertenencias. Es decir, interfiere con la capacidad de autoabastecerse y controla las finanzas de la víctima para su antojo.

La violencia intrafamiliar o doméstica es un tipo de abuso que involucra a parejas o esposos, así como a niños, parientes o cualquier otro miembro de la familia. Es decir, cualquier persona puede encontrarse envuelta en esta lamentable y existe la posibilidad de que acontezca a hombres o mujeres sin importar la edad ya que acarrea en todos los niveles sociales y culturales (Violencia doméstica, s.f.).

En términos generales, dentro de las familias que presentan signos de violencia en su interior tienen un grado jerárquico autoritario sobre la organización familiar el cual actúa de forma amedrentadora sobre los miembros del hogar; estos suelen ser de personalidad rígida o aislados y difícilmente les cuesta relacionarse ya que actúan acorde al criterio de quien está en la cabeza del sistema familiar.

Cuando las personas están sometidas a estas situaciones su estado psicológico y físico empieza a declinarse, afectando la salud, lidia con problemas de depresión y rendimiento laboral y enfermedades psicosomáticas. En cambio, niños y adolescentes presentan deficiencia para aprender, trastornos de personalidad, timidez, y demás; por lo que las personas afectadas por este contexto corren el riesgo de reproducirla a futuro (Montero, Teresa, Ramírez, Milán, & Cárdenas, 2011).

Causas de la violencia intrafamiliar

A pesar de que existen varios estudios sobre este fenómeno, coinciden que el origen se debe a características que presenta el individuo agresor y además varios factores que intervienen para que se formen ambientes tóxicos o agresivos. Es decir que esta problemática surge por varias causas y factores por lo que debe ser vista como un problema multicausal (Cifuentes, 2020).

Existen diferentes factores o causas que contribuyen a que surjan situaciones de violencia intrafamiliar (Sevilla, 2006), las principales son:

**Psicológicos:** Los padres que han sufrido antecedentes de maltrato, problemas de baja autoestima o depresión, son aquellos que más maltrato han ejercido, además que tienen una baja tolerancia; por lo general sufren de alguna frustración y son dependientes del alcohol.

**Psiquiátricos:** Se presentan niveles altos de estrés post-traumático y depresión en personas que fueron testigos y víctimas de violencia. Estos generan trastornos de personalidad límite o antisocial, abuso de sustancias, haciendo que en consecuencia se incremente más el riesgo de generar más violencia. También existe relación entre la violencia y el suicidio.

**Perspectiva social:** el ámbito social degenerado puede influenciar en que se desarrolle conductas violentas, por ejemplo, conductas agresivas visibles en el interior de la familia que son aceptadas, justificadas y son transmitidas de manera intergeneracional.

**Contexto específico:** Se da en diferentes áreas ya sean medios urbanos o rurales con diferentes expresiones de la violencia debido a que dichos ambientes son distintos. Los hábitos o patrones de conducta particulares son adquiridos a las costumbres de las personas con respecto al trato pueden ser mucho más intensos en el medio urbano que el rural.

Características del agresor

Los enfoques modernos sugieren que el estudio de la violencia se realice desde las diferentes perspectivas (Vargas C. , s.f.), aparte de los factores ya mencionados es de importancia tener en cuenta los rasgos del agresor:

Características del agresor, generalmente se caracteriza por su carácter impulsivo, falta de control, baja autoestima debido a experiencias en la infancia relacionadas con maltrato. A consecuencia, dentro de su conducta esta normalizada el uso de la violencia en cualquier situación rutinaria respondiendo con agresividad, intolerancia a una situación y maltrato a las personas de su alrededor.

Incapacidad para resolver conflictos de forma adecuada, se considera una de las razones principales por la que existe en la familia una cultura de violencia. Es decir que el agresor usa la violencia de forma impulsiva y a veces incomprensible a situaciones supuestamente normales; muchas veces no es muy consciente de su propio reaccionar y busca justificarlo. Esto es debido a que las reacciones están muy asociadas a sus sentimientos o frustraciones, no toma control de su reacción y no considera el daño que puede causar.

Actitudes socioculturales, en este factor concurren dos particularidades importantes, el primero se trata de la normalización de la violencia, ya sea maltrato o abuso. Mientras que la otra tiene que ver con un aspecto sociocultural de roles y estereotipos en señalar a la mujer como sumisa al control del hombre y tolerar el abuso.

Permitir que dentro de una familia se tolere situaciones de conflicto o disfuncional en su entorno se considera igualmente causas de violencia. La persona puede convertirse en víctima o en maltratador debido a que creció en un ambiente hostil y se acostumbra como si de algo normal se tratase, por lo que llega un momento en que replica la agresión en cualquier relación y se forman patrones de violencia como si de un ciclo repetitivo se tratase.

Estas conductas son tomadas como vía para resolver diversos problemas, la formación de estas genera patrones envuelven conductas violentas hasta consumo de sustancias tóxicas. Además, que acarrea autoridad desmedida de algún miembro, descuido de las tareas familiares como la comunicación, administración económica,



intolerancia, atención afectiva o la falta de relación y comprensión entre los miembros de una institución familiar.

En conclusión, la complejidad de esta problemática ha sido llevada a un punto de normalizarla en el entorno de la ciudad; a parte, la carencia de programas de intervención y prevención no lo abordan lo suficiente. Por lo cual, en la presente investigación se tomará las causas más relevantes que ayuden a generar hábitos de prevención concienticen a favor de reducir esta problemática en la comunidad.

### **Consecuencias de la violencia intrafamiliar**

#### Consecuencias en los menores

Las secuelas emocionales más destacables provienen de experiencias de agresión en la infancia debido a que crecieron en un ambiente hostil dentro del hogar. Puede aprender esta misma conducta y repetirla a futuro mientras que la capacidad de resolver problemas va reduciéndose y asumen que la única solución es golpear.

Entonces el causante de problemas violentos en la persona adulta a futuro es el maltrato durante la niñez. Golpear a un niño para que este se someta a obedecer o por alguna otra razón, puede perjudicar en perder la confianza sí mismo y crear heridas internas a las cuales tardarían trabajo en recuperarse. Las diferentes alteraciones que afectan a ciertas áreas en las que se denota secuelas en su desarrollo son:

- A nivel físico: Problemas de desarrollo de crecimiento, problemas de sueño y alimentarios, problemas gastrointestinales, dolores de cabeza, de estómago, etc. También muestran heridas y lesiones como consecuencia de agresiones incluso sexuales
- A nivel emocional: Presenta ansiedad, aislamiento social, problemas de autoestima, depresión, problemas de habilidades sociales y estrés postraumático.
- A nivel cognitivo: Surgen deficiencia en el rendimiento escolar y problemas de desarrollo del lenguaje.

- A nivel de comportamiento: Muestra conductas violentas hacia los demás, conductas autodestructivas, inmadurez, timidez y dificultad de atención.

#### Consecuencias en la pareja

Generalmente, los casos de abusos el hombre aparece como agresores y la mujer regularmente es la víctima; sin embargo, también existen casos de violencia donde el hombre es quien sufre maltrato a menudo de tipo psicológico. Hay que comprender que existe provocación de la persona y quien responde a la provocación también tienen la misma responsabilidad.

- A nivel físico: Golpes, moretones, heridas, quemaduras, etc. Puede contraer enfermedades debido a que su sistema inmunológico se debilita y presentar dolores estomacales, cabeza y descuido personal.

- A nivel psicológico: estrés, depresión, ansiedad, problemas de autoestima, abuso de bebidas alcohólicas y otras sustancias, inclinaciones suicidas,

disfunciones sexuales, sentimientos de culpabilidad, frustración.

- A nivel social: aislamiento social, desconfianza y hostilidad hacia el resto, sentimiento de inseguridad y desconfianza hacia todo.

#### Consecuencias en personas de tercera edad y discapacitadas

Son un grupo especialmente vulnerables similar al de los menores. Además, son muy dependientes por su edad y su estado físico de los abusos que sufren.

- A nivel físico: muestran graves secuelas de lesiones y maltrato; sufren de desnutrición, caídas o los golpes, causa del abandono y descuido de sus supuestos responsables.

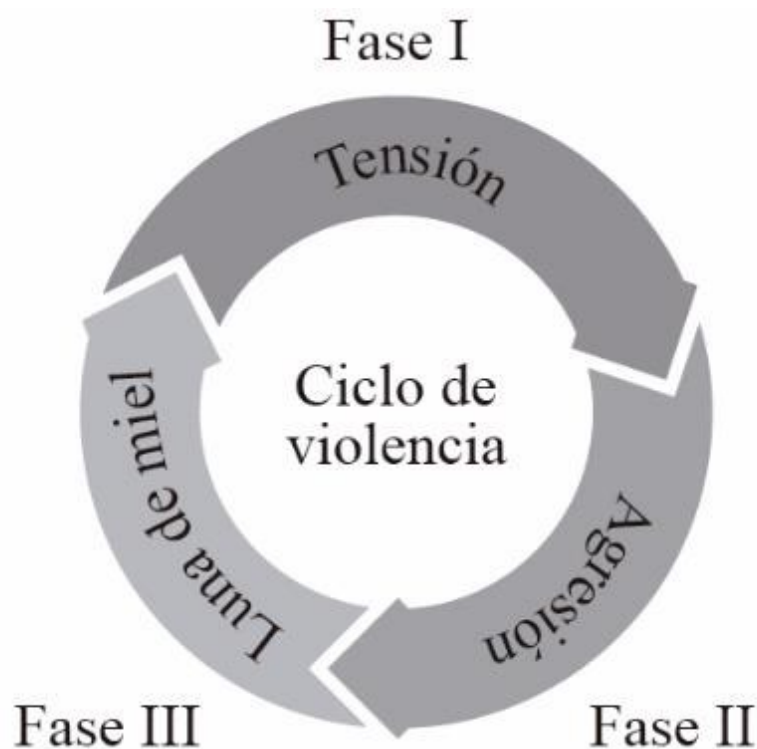
- A nivel psicológico: sentimiento de impotencia y soledad, abandono, ansiedad, depresión, indefensión, desesperanza y problemas somáticos.

- A nivel social: sentimiento de aislamiento del entorno. Poco o nulo afecto de allegados y en algunos casos solo tiene relación con el propio agresor.

La violencia intrafamiliar genera graves consecuencias en las víctimas de cualquiera de sus formas se sufren daños físicos, emocionales y psíquicos. Se vuelven incapaces de generar relaciones afectivas, lidian con problemas de baja estima y podrían incluso llegar a muerte. Tanto víctimas como agresores necesitan aprender a controlar sus emociones e impulsos y superar la intolerancia para conseguir una vida más plena.

### CICLO DE VIOLENCIA

Dentro del sistema familiar la violencia no aparece de manera imprevista; para esto hay una serie de procesos y causantes previos que llevan a un nivel donde se genera cualquier tipo de acción hostil, a esto se lo denomina ciclo de violencia. Así pues, se menciona que “El ciclo de la violencia es un modelo desarrollado para explicar la complejidad y la coexistencia del abuso con comportamientos amorosos” (Ciclo de la Violencia, s.f.). Es decir, una lista de fases previas para que se generen violencia en un hogar.



### *Figura 3. Ciclo de la violencia*

#### Fase I: Acumulación de tensión

Fase en donde diferentes circunstancias que crean roces entre los miembros llevan a un incremento de tensión y estrés, la ira se va acumulando y surge hostilidad en el ambiente. Este periodo puede durar semanas o meses y se puede prevenir con ayuda de Familiares y amigos para minimizar o anular el peligro.

#### Fase II: Agresión o Crisis

Esta es la fase en donde toda la tensión y el enojo acumulada estalla en violencia física hacia los miembros, lo que ocasiona lesiones graves e incluso la muerte para la víctima. Este es un periodo dura entre 24 y 72 horas, en donde la víctima busca sobrevivir o escapar del agresor.

#### Fase III: Reconciliación o luna de miel

En esta fase final, el agresor después de haber descargado toda su ira y tensión acumulada desaparece toda muestra de violencia, posterior a esto da muestras de arrepentimiento. Este periodo puede durar días, semanas o hasta meses. El agresor puede mostrarse suplicante y arrepentido hasta hacer promesas para conseguir perdón y reconciliarse con su pareja siendo paciente y atento. La mujer lo perdona a su pareja; sin embargo, el ciclo puede repetirse a no ser que se busque ayuda profesional para salir de ese ciclo.

Por lo tanto, es importante mencionar y recalcar que el ser humano tiene conciencia moral sobre todos sus actos, porque solo él tiene capacidad o conciencia de sí mismo, de valorizarse y poder juzgar su conducta con el debido que él y los demás merecen.

## CAPÍTULO III

### 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 3.1. Análisis externo

##### 3.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social, Tecnológico)

**Político.** – El estado ecuatoriano se fundamenta en el propósito de proteger la dignidad y los derechos de las personas de cualquier agravio que afecte o amenace su integridad o dignidad. Por lo que en consecuencia se garantiza tales derechos mediante la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2018).

Art. 35.- Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de vulnerabilidad.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

1. El derecho a la inviolabilidad de la vida. No habrá pena de muerte.
2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.
3. El derecho a la integridad personal, que incluye:
  - a) La integridad física, psíquica, moral y sexual.
  - b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la ejercida contra las mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas

mayores, personas con discapacidad y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad; idénticas medidas se tomarán contra la violencia, la esclavitud y la explotación sexual.

c) La prohibición de la tortura, la desaparición forzada y los tratos y penas crueles, inhumanos o degradantes.

Art. 81.- La ley establecerá procedimientos especiales y expeditos para el juzgamiento y sanción de los delitos de violencia intrafamiliar, sexual, crímenes de odio y los que se cometan contra niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas con discapacidad, adultas mayores y personas que, por sus particularidades, requieren una mayor protección. Se nombrarán fiscales y defensoras o defensores especializados para el tratamiento de estas causas, de acuerdo con la ley.

Dentro del Plan Nacional Toda una Vida se encuentra el Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida encontramos en la política:

1.10 Erradicar toda forma de discriminación y violencia por razones económicas, sociales, culturales, religiosas, etnia, edad, discapacidad y movilidad humana, con énfasis en la violencia de género y sus distintas manifestaciones.

Por tal motivo, el proyecto servirá de apoyo para prevenir y comunicar sobre los problemas de violencia presente en el núcleo familiar, logrando así, trabajar junto con las leyes del gobierno que ejerce su poder en el territorio ecuatoriano donde se desarrollan proyectos y actividades sociales con el objetivo de difundir y prevenir o concientizar acerca de esta problemática social actual que parece nunca terminar.

**Económico.** - Es necesario recalcar que más que un beneficio económico, el presente proyecto busca generar un aporte con respecto a la violencia doméstica; por ende, es necesario igual conocer que una de las causas que generan problemas en el hogar es la falta de ingresos y desempleo. Es decir, los problemas económicos causan conflictos en el hogar y en consecuencia afecta emocionalmente en el comportamiento, desde la pandemia, la nueva normativa y el confinamiento fue notable el aumento de

desempleo junto con las alertas sobre violencia domestica a partir de este periodo. Por tal razón, el proyecto es de apoyo y ayuda para la problemática que se está señalando.

**Social.** – Dentro de la sociedad actual la violencia intrafamiliar se encuentra muy arraigada y lamentablemente sigue creciendo en el Ecuador, dicha problemática debe ser combatida con la ayuda y el apoyo de todos si se desea eliminarla definitivamente y evitar que afecte a más mujeres a futuro. La sociedad debe entender que dentro de la cultura la violencia y cualquier acto de agresión ya sea físico o verbal, no son situaciones normales además que estas influyen de forma contraproducente en la persona que recibe el agravio. Algunos lo consideran erróneamente como normal puesto que tienen una visión errónea de hogares conflictivos y lo asimilan como algo cotidiano y común dejando de lado el cuidado emocional y empático dentro del hogar, los que ayudarían a crear un concepto de relación sana en el hogar eliminando todo tipo de violencia en la familia.

La pandemia cambio la normalidad tanto el entorno domestico como laboral; siendo el hogar muy afectado por el incremento de denuncias por agresiones dentro del Ecuador; la violencia intrafamiliar tampoco queda excluida, el 92% de los homicidios de las mujeres son femicidios o existen sospechas de serlo. Asimismo, el 64% de los casos son cometidos por parejas o exparejas, según la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). El 48,7% de mujeres víctimas por parte de sus parejas vive en las zonas urbanas, mientras que el 48,5% en áreas rurales. El 81% son divorciadas y el 31% solteras. El 53,9% enfrenta agresión psicológica y el 38% física. El 70,5% de las mujeres entre 16 y 20 años sufre más violencia. El 63,2% de las mujeres, de cualquier nivel socioeconómico, experimenta los ataques.

Es así que el objetivo del presente proyecto busca que este problema social sea prevenido y busca concientizar que este problema existe aún en nuestra actualidad. Por tanto, se ha de tomar medidas como campañas gráficas con enfoque social como aporte viable para la difusión sobre este fenómeno. Dicho esto, se concluye que le proyecto es viable en la parte social puesto que se enfoca precisamente en un problema de esta

índole y apoya a mejorar, reducir conflictos sociales, por lo que contribuye a aportar ayuda y como referencia para futuros proyectos.

**Tecnológico.** – En cuanto al área tecnológica, para el proyecto se utilizó equipos como una laptop, cámara fotográfica, celular y programas de edición. En este caso procesadores de texto como Word para el desarrollo de la redacción, sumado a esto diferentes softwares enfocados al diseño de ilustraciones y retoque fotográfico.

Para las ilustraciones se utilizó Adobe Illustrator, este software permite elaborar diferentes tipos de ilustraciones por medio de gráficos vectoriales para utilizarlas en dicho proyecto. Junto con este programa se trabajó de manera combinada con Adobe Photoshop, el software permite la edición y retoque fotográfica además de la manipulación de imágenes. Estos programas son los más comunes y usados para la elaboración de contenido tanto digital, las que son dirigidas a las redes sociales y la telefonía móvil; así como contenido impreso.

A través de estas herramientas se puede generar piezas gráficas necesarias que ayuden a difundir mensajes que se requieren de acuerdo al objetivo del proyecto; entonces, es posible comunicar sobre la problemática de violencia intrafamiliar.

### **3.1.2. Tendencias.**

A través de la publicidad social, se logra resaltar características propias de una problemática, en este caso se usó la edición fotográfica para poder resaltar de mejor manera las composiciones de las piezas gracias, se usó técnicas como doble exposición, la cual se trata del uso de imágenes superpuestas una sobre otra, haciendo que se fundan como una sola; además de retoque digital junto con la combinación de otros elementos tipográficos para elaborar las piezas gráficas pertinentes, dicho efecto resulta ser llamativo para combinar las diferentes expresiones existentes dentro de una imagen. En sí, la disciplina del Diseño Gráfico, favorece como una herramienta que ayuda a persuadir y difundir por medio de la creación de las piezas gráficas sobre la situación de la problemática social de la violencia intrafamiliar con el objetivo de generar o lograr despertar conciencia a través de la percepción de la imagen en el público al que se quiere mostrar, para que la propuesta tenga esa viabilidad de



persuadir las emociones y sentimientos al momento de mostrar piezas gráficas que lleguen a utilizarse a través de la comunicación visual.

### **3.1.3. Segmentación del mercado potencial.**

Se toma en cuenta el número de familias en la ciudad de Ambato, los cuales son 90.623 basado en el último censo poblacional que corresponden a la zona rural y urbana.

Segmentación de Mercado

Geográfico

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Ciudad: Ambato

Clima: Templado

Demográfico

Estado Civil: Casados

Edades: 18 a 45 años

Género: Masculino y Femenino

Estrato Social Medio

Nivel Académico: Primaria y Secundaria

Psicográfico

Valores: Empatía, respeto, solidaridad

Estilo de Vida: Convivencia en familia

Medios de comunicación: Redes sociales, exteriores

Cultural

Raza Mestizos

Religión Perteneciente a cualquier grupo religioso

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

Para el presente proyecto, el estudio se realizará tomando en cuenta el número de familias en la ciudad de Ambato, los cuales De acuerdo al INEC (2010) son 90.623 basado en el último censo poblacional que corresponden a la zona rural y urbana en la ciudad céntrica del Ecuador los censos de población dispuestos por el INEC (2010). Este dato serán el punto de partida como estudio para el desarrollo del proyecto que se desea elaborar a través de la realización de encuestas sumado el apoyo de una muestra poblacional.

De acuerdo con los estudios realizados por el Observatorio TIC (2015) se indica que, alrededor del 94% de jóvenes entre edades de 15 a 29 años ocupan redes sociales en sus dispositivos celulares de manera habitual por entretenimiento y como medio de comunicación. Los datos mostrados por el organismo ecuatoriano de control señalan que jóvenes – adultos desde 15 a 30 años de edad a manera de referente cuyo estilo de vida es el uso de redes sociales.

Después del estado de confinamiento causado por la pandemia del covid-19 afectó la normativa social como se la conocía. “Hoy en día sabemos que la crisis por coronavirus ha generado importantes resonancias emocionales en los adolescentes. Concretamente se relacionan con una tendencia aumentada a experimentar síntomas ansiosos y depresivos” (The conversation, 2020).

Como consecuencia del confinamiento además de la crisis económica que sufre el país junto con la nueva normativa, muchas familias se vieron afectadas en sus relaciones dentro del hogar con los diferentes miembros de su familia. El estrés, problemas económicos y el desempleo son detonantes que atacan de una forma más agresiva a los miembros de cada morada y afectan el bienestar y el estado emocional de los hogares.

Las Unidades de Policía Comunitaria juegan un papel fundamental como entidades disuasivas con el fin de crear apoyo para atender casos de maltratos a la mujer y violencia intrafamiliar, cuenta con personal en el Departamento de Violencia Intrafamiliar (DEVIF), que conjuntamente con otras instituciones interviene en los diferentes casos de agresión física y psicológica.

Las UPC ayudan en el combate contra todo tipo de crimen, trabajan en la planificación de brigadas barriales y patrullaje de seguridad. También se encargan del desarrollo de proyectos comunitarios con diversa índole al servicio del ciudadano como la prevención de casos sobre violencia intrafamiliar y de género; para que las víctimas agredidas puedan solicitar ayuda inmediata a través de las UPC las cuales están preparadas para prestar su asistencia.

El teniente Juan Jaramillo, jefe de la Policía Comunitaria, indicó que las UPC reciben un promedio de tres llamadas al día por hechos de violencia familiar, esto de lunes a jueves. Los fines de semana las asistencias se triplican, esto en gran medida al consumo de alcohol.

“En muchas ocasiones la asistencia de la Policía ha evitado que las agresiones sean más que verbales, ya que la intervención oportuna tranquiliza a los involucrados, pese a ello es necesario que las personas participen de los talleres que se desarrollan en las UPC”, comentó Jaramillo.

## **3.2. Análisis interno**

### **3.2.1. Análisis FODA**

#### **3.2.1.1. Fortalezas**

- Permite mejor propagación de la información o mensaje.
- Proximidad al público.
- Mayor alcance a través de dispositivos inteligentes.
- Mejor difusión gracias a las redes sociales.

#### **3.2.1.2. Oportunidades.**

- Expandirse a través de las redes sociales.

- Apoyo por parte de departamentos sociales DEVIF.
- Alcanzar personas en situación de vulnerabilidad o que conocen similares.
- Crear empatía y conciencia de la situación.
- Mayor presencia dentro de las redes sociales.

#### 3.2.1.3. Debilidades.

- Falta de compromiso por falta de los receptores.
- Apoyo económico.
- Falta de experiencia o conocimiento en manejo de redes.
- Poca presencia dentro de las redes sociales.
- Escases de equipo personal para crear mejor planificación.
- Acceso reducido a internet.

#### 3.2.1.4. Amenazas.

- Falta de interacción en plataformas sociales
- Falta de apoyo por parte de las personas o autoridades.
- Escasez de atención a la problemática.
- Presupuesto inconcuso para inversión en campaña

#### 3.2.1.5. Cuadro resumen del análisis FODA.

*Tabla 2.*  
*Resumen del análisis FODA*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
--	-------------------	--------------------

<p style="text-align: center;"><b>Interno</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Externo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite mejor propagación de la información o mensaje.</li> <li>• Proximidad al público</li> <li>• Mayor alcance a través de dispositivos inteligentes.</li> <li>• Mejor difusión gracias a las redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de compromiso por falta de los receptores.</li> <li>• Apoyo económico.</li> <li>• Falta de experiencia o conocimiento en manejo de redes.</li> <li>• Poca presencia dentro de las redes sociales</li> <li>• Escases de equipo personal para crear mejor planificación.</li> <li>• Escases de apoyo o falta de interés por parte de familia y sus miembros.</li> <li>• Acceso reducido a internet.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expandirse a través de las redes sociales.</li> <li>• Apoyo por parte de departamentos sociales DEVIF.</li> <li>• Alcanzar personas en situación de vulnerabilidad o que conocen similares.</li> <li>• Crear empatía y conciencia de la situación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar las facilidades que aprovecha las redes para generar y publicar piezas gráficas entorno a la problemática social.</li> <li>• Mencionar en las piezas gráficas departamentos de ayuda que incentiven a buscar ayuda y apoyo.</li> <li>• Dar a conocer que existen organismos que se centran en ayuda contra la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar trípticos que ayuden a satisfacer la falta de información en personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad.</li> <li>• Buscar asesoría con conocimiento en manejo de redes sociales enfocado a campañas sociales.</li> <li>• Generar post acorde a los formatos de las redes sociales con el</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor presencia dentro de las redes sociales.</li> </ul>	<p>violencia intrafamiliar a través de las redes sociales.</p>	<p>fin de generar material gráfico.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de presencia en otras plataformas sociales.</li> <li>• Intereses personales por encima de la campaña social.</li> <li>• Falta de apoyo por parte de las personas y autoridades.</li> <li>• Escasez de atención a la problemática.</li> <li>• Presupuesto inconcuso para inversión en campaña.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reforzar los movimientos creando una página en las redes sociales más populares con el fin de ser más notorios con el público.</li> <li>• Las publicaciones deben contener un mensaje corto y emotivo con el fin de generar empatía por la problemática social sobre la violencia intrafamiliar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar artes gráficas para fortalecer la capacidad de reflexión y conciencia dentro de la comunidad de la ciudad de Ambato.</li> <li>• Crear invitaciones por medio de redes sociales con el fin de difundir la violencia de género a través de piezas gráficas que transmitan las experiencias o vivencias de la violencia intrafamiliar hacia los receptores de la comunidad.</li> </ul>

## **CAPÍTULO IV**

### **4. DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Método**

El presente proyecto se centra en usar los beneficios del diseño gráfico y el aporte en el desarrollo de piezas gráficas para generar un impacto visual y concientizar sobre la violencia intrafamiliar, para lograrlo se opta por el método inductivo.

Según (Augusto, 2006) Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

Por consiguiente, con el objetivo de crear nuevas piezas gráficas para comprender la situación sobre la violencia en el interior del hogar; se parte del análisis la violencia intrafamiliar y los distintos tipos de violencia para utilizar esas características y representarlas de forma gráfica. Además, se tomó en cuenta referencias de campañas gráficas que hayan tratado esta índole con el fin de que las propuestas gráficas generadas puedan crear cierto impacto en la recepción del público objetivo y servir como referencias para este proyecto integrador.

#### **4.2. Enfoque del proyecto.**

El presente proyecto está enfocado en las variables cualitativas y cuantitativas. En cuanto al enfoque cualitativo se recolecta información basada en la observación del comportamiento con relación al diseño gráfico y el aporte en el desarrollo de piezas gráficas, lo que permite tener una visión general para hacer frente y contrarrestar la violencia intrafamiliar.

Con respecto al enfoque cuantitativo, que se emplea para obtener datos numéricos, esto con el fin de recolectar información para posteriormente analizar datos estadísticos. Esto es importante para lograr obtener resultados que ayuden a elaborar propuestas gráficas que contribuyan al proyecto.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se procedió por la realización de encuestas a diferentes hogares en la ciudad de Ambato. Se utilizó diferentes cuestiones centradas sobre el conocimiento de la violencia intrafamiliar y la manifestación de esta en diversas situaciones, así como si han sido visibles algún tipo campañas contra esta problemática y demás cuestiones diversas enfocadas a este fenómeno social.

#### **4.2.1. Modalidad básica del proyecto**

##### **Investigación bibliografía-documental**

La aplicación de este tipo de modalidad se emplea para complementar el marco teórico con el apoyo de libros, páginas web, revistas, etc. Además de contar con la información a partir de páginas oficiales UNESCO, Ministerio de Educación del Ecuador y demás con el objetivo de obtener las causas y efectos de la violencia intrafamiliar.

##### **Investigación de campo**

Es un proceso que permite obtener datos sobre la realidad de un fenómeno o circunstancia y estudiarlos como tal y como se presentan, trabajando con las variables de la violencia intrafamiliar de manera ordenada. Por esta razón, se investiga dentro del lugar de ocurrencia del fenómeno en este caso la familia, la cual es su característica esencial. Para esta investigación se utilizó instrumentos como encuestas, que permitieron recopilar y analizar los datos que se van a ser estudiados. Se tiene en cuenta esta modalidad debido a que se aplica encuestas planteadas a una muestra específica.

#### **4.2.2. Población y muestra**

El estudio se realizará tomando en cuenta el número de familias en la ciudad de Ambato, los cuales son 90.623 basado en el último censo poblacional que corresponden a la zona rural y urbana.

- $Z =$  nivel de confianza, 95%     $Z = 1,96$      $Z^2 = 3.842$
- $P =$  probabilidad de éxito, o proporción esperada, 50%



- Q = probabilidad de fracaso, 50%
- D = población 90.623
- E = error de muestreo, 5%
- n = Muestra 383

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + p * q * Z^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 50\% * 50\% * 90.623}{5\%^2(90.623-1) + 50\% * 50\% * 1,96^2}$$

$$n = \frac{3.842 * 0,25 * 90.623}{0,05^2(90.622) + 0,25 * 3.842}$$

$$n = \frac{87.043,39}{227,52}$$

**n=383**

*Tabla 3.  
Resultado número muestra*

<b>Población</b>	<b>Nivel de confianza</b>	<b>Muestra</b>
90.623	95%	383

#### **4.2.3. Técnicas de recolección de datos**

Para esta presente investigación se valdrá de usos de diferentes técnicas y herramientas que se usaran para conseguir información para posteriormente ser analizadas; por lo tanto, el investigador a de aprovechar según convenga el uso tanto **de la encuesta** como el de **la entrevista**. Con respecto a la encuesta, está formada por una serie de diversas preguntas dirigidas hacia el público designado con el propósito de conocer opiniones y acontecimientos en torno a la violencia intrafamiliar.

El grupo a los cuales está dirigido el formulario a llenar, son hogares dentro de la ciudad de Ambato tanto rurales como urbanos, esto con el propósito de saber que tan pendiente está el conocimiento y la preocupación de la familia entorno al problema de

violencia intrafamiliar. Mientras que la entrevista, es una conversación que se realizará a conocedores y profesionales relacionados con los temas a plantear. Por lo que se busca información comentarios e ideas que favorezcan proyecto de investigación.

#### 4.2.4. Dimensiones de estudio

Las dimensiones son los distintos elementos integrantes que conforman una variable, que resulta de su análisis y descomposición. Con respecto a la variable de estudio, la violencia intrafamiliar, se ha derivado de estas diferentes dimensiones como conocimiento del fenómeno, diferentes tipos, causas y sus consecuencias.

*Tabla 3.*  
*Dimensiones de la Violencia Intrafamiliar*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>
Violencia Intrafamiliar	Conocimiento del fenómeno
	Tipos de Violencia
	Causas y consecuencias.

Como se mencionó anteriormente dentro del marco teórico, la violencia doméstica o intrafamiliar se define como el abuso o dominio de un miembro de la familia a otro. Se encuentran presente diferentes tipos de violencia como física, emocional, y sexual; por ende, también están las causas ya sean psicológicas como padres que han sufrido antecedentes de maltrato, problemas de baja autoestima o depresión, conductas agresivas visibles en el interior de la familia que son aceptadas.

Como consecuencias están secuelas emocionales que provienen de experiencias de agresión en un ambiente hostil dentro del hogar o a nivel físico como heridas y lesiones como consecuencia de agresiones incluso sexuales generando también problemas emocionales, aislamiento social, problemas de autoestima, depresión, problemas de habilidades sociales y estrés postraumático.

#### **Plan de recolección de información**

*Tabla 4.*

*Plan de recolección de información*

N°	PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1	¿Para Qué?	Aplicar un método para persuadir sobre la violencia intrafamiliar por medio de la implementación de diseño gráfico.
2	¿A quiénes?	A las familias situadas en la zona rural y urbana de la ciudad de Ambato
3	¿Sobre qué aspectos?	Sobre los factores clave dentro de la violencia intrafamiliar
4	¿Quién?	El investigador: Moyolema Trujillo, Alex Xavier
5	¿Cuándo?	La investigación se llevará a cabo en el periodo académico Marzo – Julio 2021
6	¿Dónde?	En la ciudad de Ambato
7	¿Con que técnica de recolección	Encuesta y entrevista.
8	¿Con que instrumento?	Cuestionarios

### 4.3. Análisis e interpretación de resultados.

#### ENTREVISTAS

Entrevista está dirigida a profesionales del área del diseño

Objetivo de la entrevista

El objetivo principal de la entrevista tiene como propósito obtener conocer y entender sobre el diseño de piezas gráficas y campañas enfocadas a problemáticas sociales para qué a partir de dicho conocimiento obtenido diseñar material gráfico acorde al proyecto que se pretende realizar.

Nombre: Daniel Byron Mera

Cargo: Diseñador gráfico publicitario y creador de contenidos para la página Booman Sport y ayudante en campañas para Solca

Fecha: 09/06/2022

Celular: 098 415 2092

**¿Considera Ud. que una campaña publicitaria debe informar sobre la violencia intrafamiliar y sus consecuencias?**

Por supuesto, es necesario recolectar toda la información útil y que esta información sea integrada. Mientras más información tengamos, tendremos un ámbito más extenso de poder tomar estrategias de comunicación. Por eso no podemos omitir información ya que si al momento de recolectar datos cometemos un error también estaremos transmitiendo un error muy grave.

**¿Cómo realizaría una campaña publicitaria para la prevención de la violencia intrafamiliar en la ciudad de Ambato?**

Específicamente dentro de la ciudad de Ambato no he visto ningún tipo de campaña con temática de violencia intrafamiliar estertores ciudades Cómo quito y Guayaquil. Cómo mencione anteriormente todo depende de la investigación que

hagamos si el trabajo llega a ser más integral podremos tener más estrategias para la campaña que queramos hacer.

**¿A su criterio consideraría usted que se han ido aplicando correctamente estrategias comunicacionales para campañas sin fines de lucro?**

Podemos investigar que existen varios tipos de violencia dentro del hogar, entonces según del estudio que tengamos podemos llegar a una conclusión para saber qué tipo de medios usar para evidenciar este tipo de problemas. Debido a que las redes sociales son lo más principal en cuanto a comunicación también tenemos que tener en cuenta los medios de comunicación analógicos o impresos. Sería recomendable hablar con personas que han salido de este tipo de violencia.

**¿Considera favorable que una campaña gráfica sea una herramienta de conciencia y prevención social para la violencia intrafamiliar?**

Es tan importante considerar el mensaje para estimular alguna sensación que se quiere transmitir. El mensaje es realmente importante porque es mediante el cual nos vamos a comunicar hacia la persona que necesita para poder dar un aviso, una advertencia o incluso una esperanza de que se puede arreglar su problema.

**¿Considera usted que las piezas gráficas de índole social pueden persuadir a personas en general?**

Por supuesto, en mi experiencia trabajando en Solca en los aportes de campaña es en las que he ayudado, nosotros hablamos mucho de la sensibilidad de la gente, este tiene que ser breve compacto para que impacte en las personas. El mensaje tiene que salir desde la perspectiva de las personas y que ayude a reflexionar.

**¿Qué tipo de imágenes se recomienda para la gráfica en una campaña de violencia intrafamiliar?**

Todo va de acuerdo a nuestra investigación. Por ejemplo, si tenemos tipos de violencia intrafamiliar trabajamos en base a eso como una Mujer maltratada golpeada o un niño frustrado: Todo es acorde a la investigación integra que hayamos hecho y a partir de ella trabajar en piezas gráficas.

**¿En qué parámetros consideraría importante el acompañamiento de texto para estimular el mensaje que se quiere transmitir?**

El mensaje debe ser breve conciso. Debe hacer reflexionar al instante, poniéndonos en el lugar de la persona que está siendo maltratada por tanto debe ir acompañado de una buena imagen para que otra persona perciba o sienta la situación que una persona está sufriendo.

**¿A su criterio, se puede comunicar ideas o sensaciones por medio del uso de elementos visuales a la población?**

Por supuesto, podemos utilizar piezas gráficas que muestran una persona que está maltratada o que está sufriendo por violencia intrafamiliar. Y que la persona que está pasando lo mismo y pueda reflexionar; también que esté dirigida a personas cercanas para ayudar a direccionar a recapacitar por eso es importante.

**¿Cómo definiría las características de una pieza gráfica visual con fines sociales?**

Para estos casos debemos buscar ayudar a la persona, levantando sensibilidad como ya dije anteriormente. Deben generar o crear empatía en ayudar a que una persona se ponga en los zapatos de otro para que haya más sensibilidad y que la campaña funcione.

**¿Qué mensaje ayudaría a persuadir sobre los problemas que generan la violencia intrafamiliar?**

El mensaje debe ser corto y conciso para que la persona que está pasando esa misma situación y siga inconsciente, logre despertar y lo mismo pueda hacer con amigos, compañeros o personas cercanas a esta. Esto es lo que genera una verdadera ayuda a las personas que sufren este tipo de violencia.

Nombre: Jaime Giovanni Mejía Moya

Cargo: Diseñador gráfico publicitario independiente

Trabajo con el Grupo Infante, agente de seguros en campaña para el uso adecuado de un vehículo, cómo no manejar en estado etílico y demás cosas similares.

Fecha: 14/07/2022

Celular: 098 380 3500

**¿Considera Ud. que una campaña publicitaria debe informar sobre la violencia intrafamiliar y sus consecuencias?**

Lamentablemente no solo en Ambato sino en todas las partes de Ecuador y Latinoamérica la violencia intrafamiliar se ha notado que es más alta por medios informativos. Idealizar una campaña publicitaria que trata este tema sería muy óptima y aquí la mayor parte de las personas no le dan la importancia necesaria.

**¿Cómo realizaría campaña publicitaria para la prevención de la violencia intrafamiliar en la ciudad de Ambato?**

Primero que nada, realizar una investigación a través de fuentes reales digamos centros de atención prensa entidades como DINAPEN y ECU 911. De acuerdo a esta información se podría utilizar diferentes tipos como fotografías ilustración dependiendo de los resultados que generen esta investigación. Buscaría los medios adecuados para difundir de una buena manera y hacer una buena retroalimentación adecuada.

**¿A su criterio consideraría usted que se han ido aplicando correctamente estrategias comunicacionales para campañas sin fines de lucro?**

Lamentablemente, considero que no debido a que las pocas Campañas que existen no han tenido un buen resultado ya que las mismas no se han visto reflejadas en medios de comunicación. La falta de apoyo en las noticias y la prensa que reflejen que la violencia intrafamiliar ha disminuido, si hubiera sido erradicada habría un cambio.

**¿Considera favorable que una campaña gráfica sea una herramienta de conciencia y prevención social para la violencia intrafamiliar?**

Por supuesto, más que todo de prevención, la nueva generación no es propensas a tener una familia hijo tiene un enfoque diferente. Esto es algo positivo ya que los que no tienen medios para sustentar una familia no pasarían problemas de necesidades de un hogar. Y como concientización también hay que tener que de migración masiva demuestran violencia por el número de casos de asistidas.

**¿Considera usted que las piezas gráficas de índole social pueden persuadir a personas en general?**

Las piezas gráficas pueden percibir a las personas de general, pero cómo se dijo anteriormente se debe realizar una investigación de la información, investigar e instalarlas en algún lugar como vallas externas, todo depende de la información y la importancia que se le da a la investigación

**¿Qué tipo de imágenes se recomienda para la gráfica en una campaña de violencia intrafamiliar?**

Lo recomendable sería usar imágenes que hablen a cierta ciencia del problema Por ejemplo un niño siendo maltratado sería una imagen impactante porque es algo que las personas necesitan ver. Si ponemos una imagen que no juega con los sentimientos de las personas, va a ser desapercibida; contrario algún tipo de imagen con contenido fuerte y que llegue a despertar la atención de las personas.

**¿En qué parámetros consideraría importante el acompañamiento de texto para estimular el mensaje que se quiere transmitir?**

El acompañamiento de texto es necesario para el mensaje que se quiere transmitir, la imagen debe estar siempre acompañada. Para esto sería recomendable utilizar Fuentes tipográficas similares a Impact para que cause impacto y llame la atención.

**¿A su criterio, se puede comunicar ideas o sensaciones por medio del uso de elementos visuales a la población?**



Claro desde el principio de los tiempos se han generado este tipo de comunicación, por ejemplo, las imágenes rupestres en las paredes dentro de la era prehistórica y hasta el día de hoy ha ido evolucionando, claramente una imagen da de qué hablar más que mil palabras, una imagen puede ayudar a transmitir el mensaje e impactar de una manera adecuada.

**¿Cómo definiría las características de una pieza gráfica visual con fines sociales?**

Primero nos estaremos enfocando en la imagen que vamos a representar, es decir, una fotografía adecuada para una campaña de acuerdo a su objetivo, en este caso, de la violencia intrafamiliar sería una pareja discutiendo o una mujer violentada; éstas deben dejar ver la necesidad que la persona necesita. Una composición adecuada al mensaje que se quiere transmitir.

**¿Qué mensaje ayudaría a persuadir sobre los problemas que generan la violencia intrafamiliar?**

Quizás podría utilizar la palabra “NO”, solo con esa palabra estamos incitando a una persona hacer una acción; acompañada con una imagen adecuada una pieza gráfica con pocos elementos puede generar impactos más fuertes que con muchas cosas.

Entrevista está dirigida a profesionales del área de psicología.

Objetivo de la entrevista

Como objetivo principal de la entrevista se pretende obtener información entorno a la problemática social de la violencia intrafamiliar, sus orígenes y consecuencias para qué a partir del conocimiento obtenido se adapte en la elaboración de material gráfico para el presente proyecto que se pretende realizar.

Nombre: Luis Peñaherrera

Cargo: Psicólogo educativo Orientador vocacional Unidad Educativa "Gral. Miguel Iturralde"

Fecha: 28/05/2022

Celular: 098 387 5045

### **¿Cómo definiría la violencia intrafamiliar?**

La violencia intrafamiliar se definiría como el abuso, el maltrato a personas de un mismo grupo familiar. Y desgraciadamente cualquier tipo de violencia en el hogar se ha vuelto algo normal a lo largo de los tiempos. Existen varios tipos de violencia física psicológica emocional incluso sexual cada uno de esos aspectos debe ser analizado. Por eso es importante ayudar tanto a la persona como a la familia.

### **¿Considera la violencia de hogar un problema que afecta a nuestro entorno social y de qué forma ésta afecta?**

Sí, por ejemplo, un chico percibirá el maltrato y la violencia como algo normal y este comenzará a golpear o lastimar a sus demás compañeros. De no ser corregido, una vez que salga a la sociedad podría inclinarse por cosas peores como vandalismo asaltos y cosas similares. A largo plazo se verá efectos negativos, por eso en el núcleo de la familia hay que saber sobrellevar estos problemas para que en el futuro sepa llevar su vida correctamente.

**¿Qué factores cree usted que influyen para que se incida violencia dentro del hogar?**

Dentro del hogar una persona desde su niñez viene formada con cierta educación y enseñanzas, por ejemplo, aguantar a un padre o esposo alcohólico con una actitud agresiva porque este de una manera me provee dinero o algún tipo de beneficio; entonces la violencia o el maltrato se va normalizando y se puede volver a repetir en la edad adulta de los niños.

**¿Por qué se consideraría importante el bienestar dentro de la familia?**

Una persona que ha vivido un ambiente hostil dentro de su familia puede volver a repetir incitando aquel muchacho a que cometa actos vandálicos o bullying a sus compañeros y en un plazo de largo tiempo vuelve a repetir todo lo que vivió en su niñez como un ciclo vicioso; pero es posible generar un cambio dependiendo de la educación la enseñanza y los valores que esté reciba.

**¿De los problemas sociales que conoce, cuál considera que afecta a la familia?**

Son muchas situaciones de factores que pueden afectar a la familia algunos vienen por malas enseñanzas de sus padres o sus abuelos que son llevados a su nuevo hogar en la etapa adulta. Por ejemplo, si el padre era borracho el hijo tiene la probabilidad de volver a hacerlo o si la madre pensaba que el maltrato estaba bien entonces puede tomar ese criterio como que si fuera algo normal.

**¿Dentro del entorno familiar que persona se considera un agresor?**

Cualquiera que domine a otra persona utilizando el miedo o cause daño, ya sea físico como golpes o lanzar objetos y aparte está ligado al maltrato emocional mediante humillaciones, amenazas o insultos haciéndole sentir de menos. También están los abusos sexuales cuando es obligado a tener relaciones haciendo uso de chantajes o amenazas. Aparte tenemos la violencia económica, cuando hay un desequilibrio en la pareja, cuando el hombre gana menos que la mujer y este busca humillar la de alguna forma y deja de proveer para el hogar.

**¿Cuál miembro en el hogar considera el individuo más perjudicado por problemas de la violencia familiar?**

La persona que se siente cohibida por este tipo de amenazas

**¿Cómo atenta la violencia contra la integridad psicológica de los infantes?**

Cuando lleguen a sufrir maltrato en casa de tus padres pueden manifestar frustración y ansiedad o incluso estar en un estado de miedo ante sus padres, entonces del niño puede empezar a golpear o maltratar a sus compañeros porque mira en su casa el maltrato como si eso fuera normal. Y todo lo que vio en el interior de su hogar lo expresa afuera.

**¿Qué tipo de maltrato aplicado en los niños considera el más reiterado?**

Por lo general suelen ser de maltratos físicos o psicológicos, esto llega a afectar la personalidad del niño manifestándose en enojo, rebeldía o agresiones entre compañeros como manifesté anteriormente.

**¿Qué factores considera que incitan al momento de generar violencia en el hogar?**

Las acciones aprendidas desde su hogar, por ejemplo, agresiones entre los padres vistos por el hijo que se llevan en las psiquis y lo vuelven a practicar aparte si no tuvo alguna ayuda o un seguimiento puede seguir en este problema por eso es importante atender a familias con este problema y hacer un seguimiento para que se puedan recuperar el amor y respeto como pareja.

**¿Las secuelas psicológicas del maltrato pueden repetirse en la siguiente generación?**

La posibilidad puede variar debido a que diferentes tipos de violencia intrafamiliar. Si un niño presenció golpes y maltratos en su familia existe esa posibilidad de que en un futuro lo repita o a su vez este busque que no se repita esta misma situación podría decirse que la probabilidades del 50/50. Todo depende del ambiente la personalidad Y el ámbito educativo que esté haya recibido.

Nombre: Andrés Mina

Cargo: Psicólogo de apoyo familiar y adolescente en la Iglesia de la sagrada familia

Fecha: 11/06/2022

Celular: 099 290 2298

### **¿Cómo definiría la violencia intrafamiliar?**

Situaciones relacionadas a conductas agresivas y derivan de patologías muy graves afectando el estado psicológico emocional de nuestros niños, a la vez que van creciendo en un contexto violento que lamentablemente se va normalizando del núcleo familiar.

### **¿Considera la violencia de hogar un problema que afecta a nuestro entorno social y de qué forma ésta afecta?**

Por supuesto, a nivel de desarrollo sociológico y antropológico todo lo que afecte las psiquis, la personalidad, el carácter del niño que está aprendiendo de su contexto va a derivar en problemas sociales con los que se tendrá que lidiar ya sea corto o largo plazo. De esto depende la que la sociedad tenga personas más saludables.

### **¿Qué factores cree usted que influyen para que se incida violencia dentro del hogar?**

Desgraciadamente las familias las han normalizado, han hecho una especie de alianza con el dolor. No gestionan o regulan cualquier dolor emocional llegando a llegando a ser permisivos, por ejemplo, aceptar una infidelidad por el hecho de ser una persona que aporta ingresos al hogar, entonces por consecuencia están justificado cualquier mal hábito actitud.

### **¿Por qué se consideraría importante el bienestar dentro de la familia?**

Porque genera ciudadanos con buena salud emocional y mental para la familia. Pero si este está facturado o es disfuncional, la familia herida termina lastimando al niño. Y esté al crecer responderá con violencia ante cualquier situación pudiendo llegar

a delinquir. Dice un proverbio africano el niño que creció sin el calor de sus padres, cuando crezca este quemara la aldea con tal de sentir un poco de calor.

**¿De los problemas sociales que conoce, cuál considera que afecta a la familia?**

Existen diferentes tipos como física, psicológica, emocional, sexual e incluso económica. Esta termina chantajeando en función de cuánto aporta, haciendo la raíz de las finanzas un problema. Todos estos tipos de violencia pueden afectar de diferente forma a miembros de la familia que son víctimas del agresor.

**¿Dentro del entorno familiar que persona se considera un agresor?**

La persona que agrede a su pareja o a sus hijos ya sea de manera física psicológica emocional o hasta económica, como mencione anteriormente, este puede abusar de ella usando el miedo o las amenazas sobre miembros débiles de la familia.

**¿Cuál miembro en el hogar considera el individuo más perjudicado por problemas de la violencia familiar?**

La víctima del agresor, como mencioné, la persona que recibe miedo, agresiones pueden ser maltratos físicos o incluso verbales es la persona vulnerable ante su agresor

**¿Cómo atenta la violencia contra la integridad psicológica de los infantes?**

Llegan a generar un estado de ansiedad o de alerta por miedo a estos mismos Y se manifiesta a través de conductas delictivas a largo plazo o empiezan a manifestar a través de la ira y el enojo o angustia

**¿Qué tipo de maltrato aplicado en los niños considera el más reiterado?**

El maltrato físico y psicológico emocionales son los que más termina sufriendo los niños. Muchos han sufrido ansiedad por la separación de sus padres llegando a sentir culpabilidad en algunos casos.

**¿Qué factores considera que incitan al momento de generar violencia en el hogar?**

Este tiempo en el que pasó la cuarentena, aumentó los casos de violencia intrafamiliar, pero en realidad sirvió para mostrar un problema que ya estaba presente. Por ejemplo, si una persona alcohólica no puede desahogarse, en su necesidad de alcohol ésta se frustra y se desquita con su familia. Así mismo puede suceder cuando una persona está cargada de tensión o frustración, reacciona ante sus miembros de manera agresiva.

**¿Las secuelas psicológicas del maltrato pueden repetirse en la siguiente generación?**

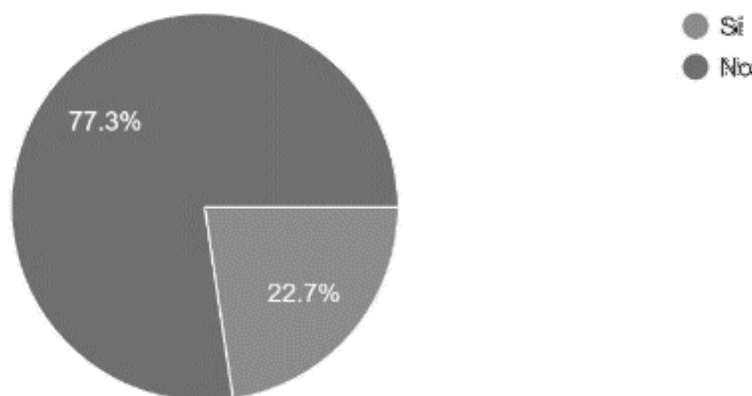
Por supuesto que sí, pero está en la responsabilidad y el amor propio del individuo que busque una manera de salir adelante y solicitar ayuda profesional. Una persona que ha vivido en un ambiente de maltrato puede salir de sus defectos con ayuda y seguimiento.

## ENCUESTAS

Después de haber realizado la encuesta a un número de 383 familias de las zonas rural y urbana de la ciudad de Ambato, se realiza una tabla de doble entrada con cada uno de los resultados obtenidos, plasmando las frecuencias con la que respondieron a cada una de las preguntas formuladas, por lo que se representan de la siguiente manera en tablas y gráficos:

*Tabla 5.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 1*

<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
No	296	77.3%	77.3%
Si	87	22.7%	100%
	383	100%	



*Figura 4. Distribución de frecuencia. Ítem No. 1*

### Análisis estadístico

En los resultados obtenidos se evidencia que el 77,3% de los encuestados responden que no han sido víctimas de violencia intrafamiliar, mientras que un reducido 22,7% manifiestan si haber sido víctima de violencia familiar durante su infancia.



## Análisis descriptivo

Hay que considerar que por distintas razones ya sea temor o vergüenza de su situación, no suelen decir la verdad en cuanto a esta problemática y omiten responder con sinceridad, indicando falsamente que no han sido víctimas de algún tipo de violencia; lo cual representa un problema mayor por lo que se debe considerar seriamente esta situación.

*Tabla 6.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 2*

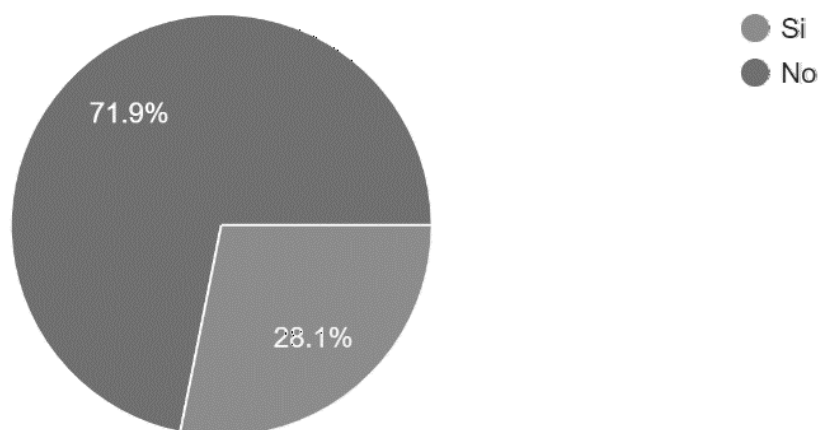
---

2. ¿Ha presenciado algún tipo de abuso en su hogar durante su infancia?

---

Alternativas de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia %	Porcentaje Acumulado
No	275	71.9%	71.9%
Si	108	28.1%	100%
	383	100%	

---



*Figura 5. Distribución de frecuencias. Ítem No. 2*

## Análisis estadístico

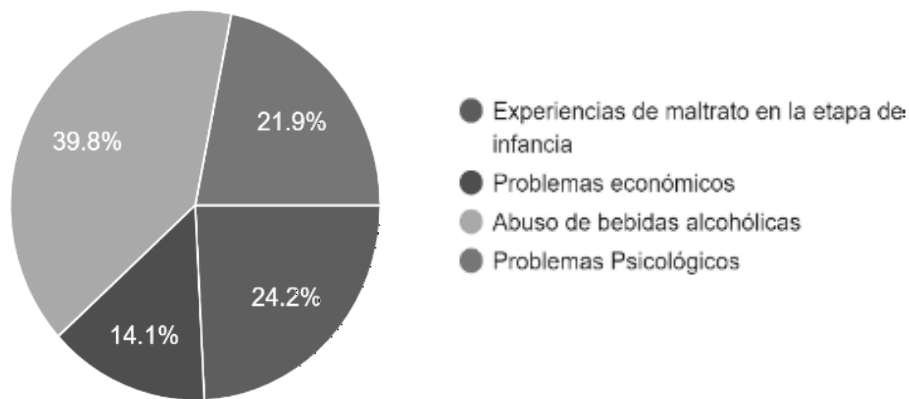
De los 383 encuestados, en su mayoría, consideran no haber presenciado algún tipo de abuso con una tendencia del 71.9%, mientras que un índice del 28.1% consideran si haber presenciado algún tipo de abuso en el hogar durante su infancia.

#### Análisis descriptivo

Em comparación con el análisis anterior, resulta evidente un ligero aumento con respecto a quienes afirman haber presenciado algún tipo de abuso en el hogar. Además de algunos omiten responder con sinceridad por distintos factores como temor o vergüenza de su situación, se debe tener en cuenta el aumento de llamadas y denuncias por maltrato doméstico que se han disparado durante la pandemia, lo que indica un serio problema que debe considerarse.

*Tabla 7.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 3*

3. ¿Qué causas considera usted que originan la violencia dentro del hogar?			
<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Experiencias de maltrato en la etapa de infancia	94	24.2%	24.2%
Problemas económicos	54	14.1%	38.3%
Abuso de bebidas	152	39.8%	78.1%
Problemas Psicológicos	83	21.9%	100%
	383	100%	



*Figura 6.* Distribución de frecuencias. Ítem No. 3

#### Análisis estadístico

En los resultados obtenidos se aprecia una tendencia del 39.8% al abuso de bebidas alcohólicas, un 24.2% con respecto a experiencias de maltrato en la etapa de infancia, mientras que un 21.9% se relaciona con problemas psicológicos y finalmente un índice menor de 14.2% consideran que son los problemas económicos.

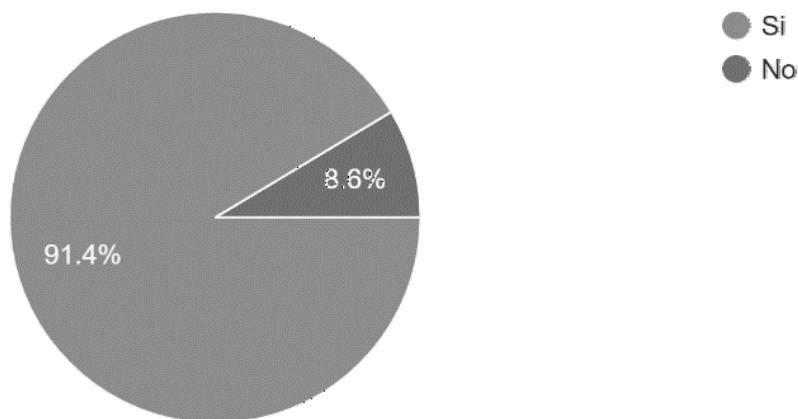
#### Análisis descriptivo

La mayoría de familias encuestadas consideran el abuso de bebidas alcohólicas y las experiencias de maltrato en la etapa de infancia, como las principales causas que generan problemas y violencia dentro del círculo familiar.

*Tabla 8.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No 4*

4. ¿Considera usted que las secuelas o traumas de maltratos violentos del pasado influyen en el desarrollo y la conducta de una persona?			
Alternativas de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia %	Porcentaje Acumulado

Si	350	91.4%	91.4%
No	33	8.6%	100%
	383	100%	



*Figura 7. Distribución de frecuencias. Ítem No. 4*

#### Análisis estadístico

En los resultados obtenidos, el 91.4% de los encuestados consideran que la conducta de una persona son resultados de secuelas o traumas de maltratos violentos vividas en su pasado, no obstante, el 8.6% restante muestra desacuerdo.

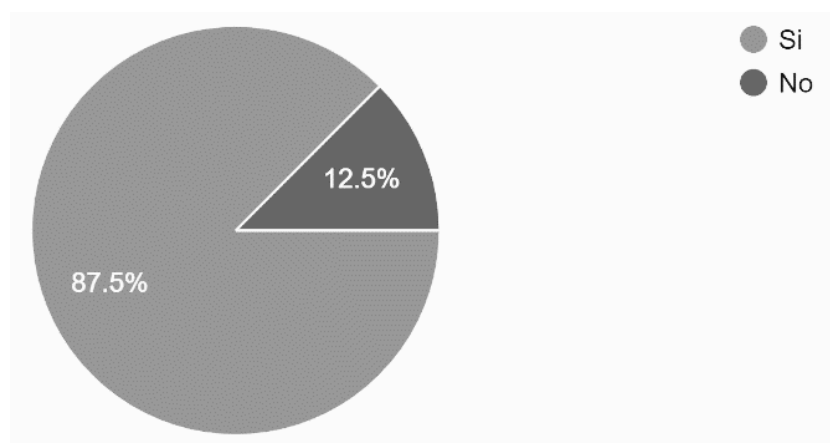
#### Análisis descriptivo

Una mayoría significativa de familias encuestadas consideran el abuso de bebidas alcohólicas y las experiencias de maltrato en la etapa de infancia, considerando que son las principales causas que generan problemas y violencia dentro del círculo familiar.

Las secuelas o traumas de maltratos violentos en el pasado son considerados influyentes en el desarrollo y la conducta de una persona, por lo que resulta pertinente en su entorno social y tenga más probabilidades de que se repitan esas conductas a futuro.

*Tabla 9.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 5*

<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Si	335	87.5%	87.5%
No	48	12.5%	100%
	383	100%	



*Figura 8. Distribución de frecuencias. Ítem No. 5*

**Análisis estadístico**

Se presentan valores con respecto a la delincuencia y otros tipos de vandalismo surgen como consecuencias de violencia en el hogar con el 87.5%, mientras que el 12.5% se consideran en desacuerdo.

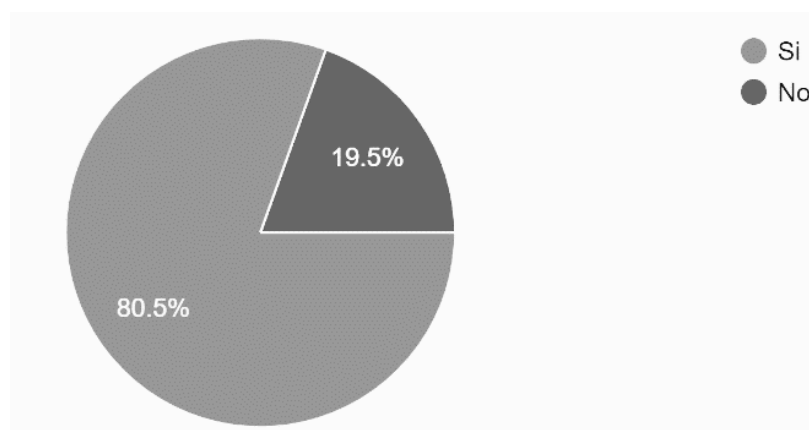
**Análisis descriptivo**

En concordancia con los resultados obtenidos, la delincuencia y demás actos de vandalismo son considerados como consecuencias de problemas de violencia dentro del hogar; la falta de afectividad y el entorno hostil en un hogar violento lleva a sus miembros, en especial los más jóvenes, a distanciarse e involucrarse con pandillas para verse luego envueltos en algún tipo de delito o infracción.

*Tabla 10.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 6*

6. ¿Considera usted que las conductas violentas se repiten en la familia como consecuencia del ciclo de maltrato sufrido durante la infancia?

<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Si	308	80.5%	80.5%
No	75	19.5%	100%
	383	100%	



*Figura 9. Distribución de frecuencias. Ítem No. 6*

#### Análisis estadístico

Del grupo encuestado, el 80.5% considera que las conductas violentas se repiten en la familia como consecuencia de un ciclo de violencia vivida durante la infancia; no obstante, el 19.5% muestran desacuerdo.

#### Análisis descriptivo

Las conductas violentas vividas durante la infancia pueden ser aprendidas y tomadas como parte del desarrollo en la niñez de una persona; por lo tanto, estas

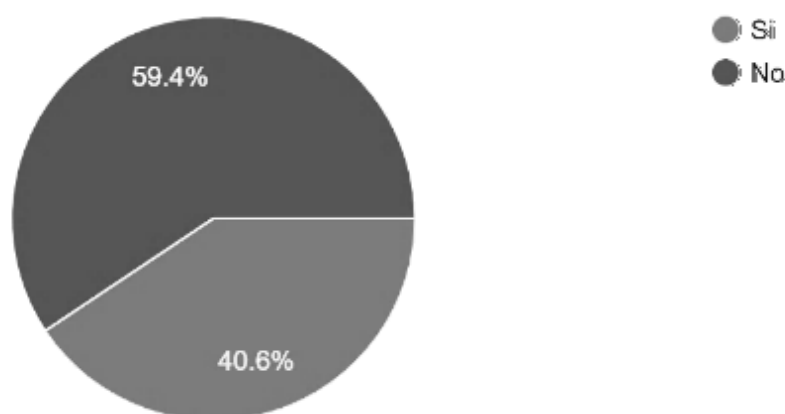
conductas tienen una gran probabilidad de repetirse en una etapa adulta, generando un ciclo de violencia.

Las conductas violentas vividas durante la infancia pueden ser aprendidas y tomadas como parte del desarrollo en la niñez de una persona; por lo tanto, estas conductas tienen una gran probabilidad de repetirse en una etapa adulta, generando un ciclo de violencia.

*Tabla 11.*  
*Distribución de frecuencias. Ítem No. 7*

7. ¿Ha evidenciado algún tipo de campaña publicitaria para la prevención de la violencia intrafamiliar en la ciudad de Ambato?

Alternativas de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia %	Porcentaje Acumulado
Si	155	40.6%	40.6%
No	228	59.4%	100%
	383	100%	



*Figura 10. Distribución de frecuencias. Ítem No. 7*

#### Análisis estadístico

Una cantidad superior a la mitad manifiestan en un 59.4% que no han evidenciado ningún tipo de campaña publicitaria para la prevención de la violencia

intrafamiliar dentro de la ciudad de Ambato; mientras que el 40.6% consideran si haber observado algún tipo de campaña preventiva contra la problemática de la violencia doméstica.

#### Análisis descriptivo

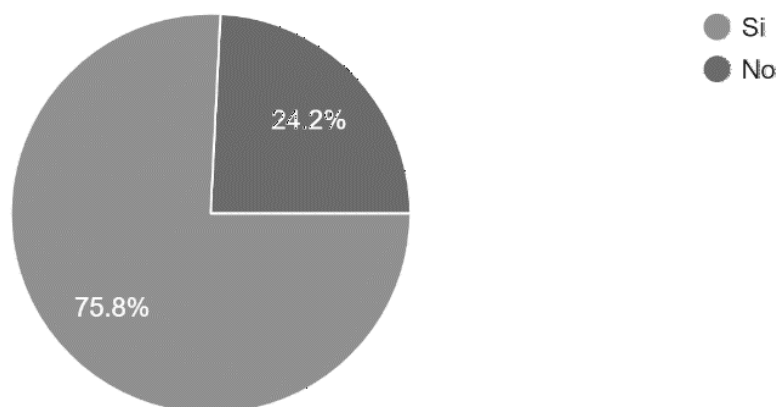
Acorde a la información obtenida por los encuestados indica que la mayoría no ha visto ningún tipo de campaña que aporte ayuda a esta problemática por lo que desconocen información o ayuda sobre prevención en caso de sufrir casos de violencia por tanto debe ser tomado en cuenta para el desarrollo de la propuesta en la presente investigación.

*Tabla 12.*  
*Distribución de frecuencia. Ítem No. 8*

8. ¿Considera Ud. que la implementación de campañas publicitarias para prevenir la violencia intrafamiliar, evitarán que conductas violentas se generen dentro del hogar?

<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Si	290	75.8%	75.8%
No	94	24.2%	100%
	383	100%	





*Figura 11. Distribución de frecuencia. Ítem No. 8*

#### Análisis estadístico

Al interrogar a las familias encuestadas sobre la implementación de campañas publicitarias para prevenir la violencia intrafamiliar, el 75.8% consideran como medio para evitar que conductas violentas se generen dentro del hogar y en menor proporción con un 24.2% muestran un desacuerdo al respecto.

#### Análisis descriptivo

La tendencia mayoritaria señala la implementación de campañas publicitarias como una vía para evitar que más conductas violentas se generen dentro del hogar y en efecto reducir casos de violencia domestica dentro de la ciudad, puesto que las campañas impulsan a la prevención de esta problemática.

*Tabla 13.*

*Distribución de frecuencia. Ítem No. 9*

9. ¿Cómo piensa Ud. que debería ser el mensaje que ayude a persuadir sobre los problemas que generan la violencia intrafamiliar?

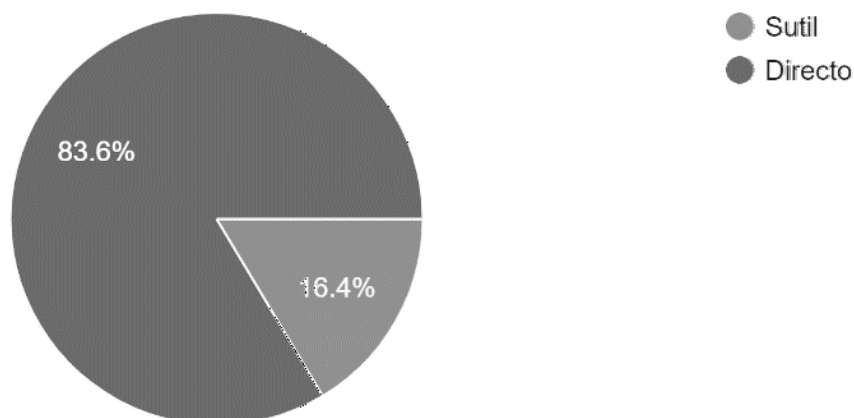
<b>Alternativas de respuesta</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia %</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Sutil	63	16.4%	16.4%
Directo	320	83.6%	100%

---

383

100%

---



*Figura 12. Distribución de frecuencias. Ítem No. 9*

#### Análisis estadístico

En la mayoría absoluta de los encuestados, el 83.6% consideran que el mensaje para ayudar a persuadir sobre los problemas que generan la violencia intrafamiliar debe ser directo, mientras que el 16.4% consideran que debe ser sutil.

#### Análisis descriptivo

La consideración sobre que el mensaje persuasivo sobre la violencia intrafamiliar sea directo ayuda a buscar concientizar sobre la problemática y provocar una acción en los receptores, si se realizan campañas de prevención contra esta problemática social es posible disminuir las consecuencias que se producen mejorando la situación.

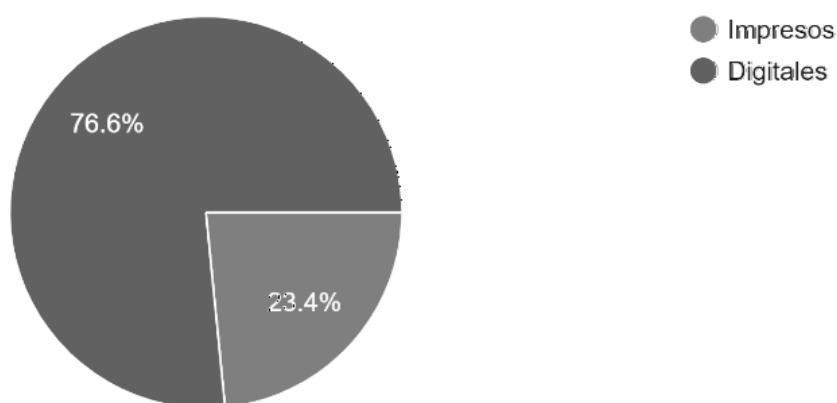
*Tabla 14.  
Distribución de frecuencia. Ítem No. 10.*

---

10. ¿En qué medios de comunicación le gustaría observar este tipo de campañas publicitarias?

---

Alternativas de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia %	Porcentaje Acumulado
Impresos	90	23.4%	23.4%
Digitales	293	76.6%	100%
	383	100%	



*Figura 12. Distribución de frecuencia. Ítem No. 10*

#### Análisis estadístico

La mayoría de los encuestados consideran el uso de campañas publicitarias a través de medios de comunicación digitales con el 76.6%, mientras que el 23.4% optan por medios impresos.

#### Análisis descriptivo

Se espera en su mayoría campañas sobre esta problemática social a través de medios de comunicación digitales, mientras que en un menor porcentaje también afirman inclinación por medios impresos por lo que se cree reduzcan los índices de violencia que se pudieran estar generando en el cantón Ambato.

## CAPÍTULO V

### 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 5.1. Descripción general del proyecto.

Una vez realizado el proceso de la presente investigación y procedido con los resultados arrojados del correspondiente análisis de datos junto con las conclusiones y recomendaciones; se percibe que aún existe escases de materiales gráfico, poco conocimiento por parte de las familias sobre estos y desconocimiento de campañas preventivas entorno a la violencia intrafamiliar.

Tomando en cuenta el problema del fenómeno social, se destacan las principales consecuencias como el ambiente hostil y la conducta violenta entre los integrantes de la familia, como si estas fueran estándar; lo cual se ha ido prolongando de generación en generación, debido a que son aprendidas y tomadas con normalidad siendo los más afectados los niños y mujeres.

Por tanto, se busca crear apoyo para concientizar ante esta problemática mostrando las consecuencias a futuro que causará el maltrato. Para esto se crea propuestas gráficas enfocadas para ser distribuidas en las instalaciones del Departamento de Violencia Intrafamiliar (DEVIF) de la Policía Nacional en Ambato. El conjunto de artes tendrá la finalidad de mostrar la gravedad de las consecuencias tras maltrato en el hogar siendo de aportación para la sociedad.

##### 5.1.1. Concepto (Identidad del producto y/o servicio).

En base a que uno de los principales factores que generan esta problemática social se relaciona justamente con las conductas violentas aprendidas por las víctimas, integrantes de la familia; siendo los hijos más propensos a adquirirlas y pueden llevar a repetir dichas conductas a futuro como si fuera un ciclo.

El concepto debe despertar conciencia para lograr romper este ciclo y prevenir que sufran los miembros de la familia. Por tanto, es el siguiente: ¿Que aprenden tus hijos de ti?, así que en base a esto se desarrolla el concepto y se considera la base de la campaña “Enseña + amor. Cero violencia”

### **5.1.2. Descripción Técnica del producto y/o servicio.**

#### **Brief**

Violencia intrafamiliar

Concientización de la problemática social en la sociedad ambateña.

#### **Objetivo General**

Desarrollar piezas gráficas tanto para formato impreso, así como digital con el fin de crear difusión y concientización sobre la violencia intrafamiliar.

#### **Objetivos Específicos**

- Utilizar estrategias que ayuden a generar una campaña social llamativa por medio de la publicidad social y branding enfocado en la problemática de la violencia intrafamiliar, logrando concientizar a las personas.
- Determinar estrategias adecuadas que generen expectativa en el receptor mediante el contenido elaborado sobre la problemática social de la violencia intrafamiliar, concientizando a las personas.
- Evidenciar los matices violentos a través de propuestas de edición gráfica que embarquen este fenómeno social con el fin de notificar a la sociedad mediante la utilización de la publicidad.

#### **Tipo de campaña**

Campaña Social

#### **Estrategias de campaña**

- Publicidad social

Empleada para generar o causar un efecto de concientización dentro de la sociedad con el objetivo de lograr el beneficio de una causa social por lo que se pretende el uso de diseño persuasivo en piezas gráficas compuestas por imágenes y textos.

- Diseño persuasivo

Utilizada para incitar en el receptor apelándose de alguna conexión emocional con alguna experiencia o recuerdo, lo que ayudara a generar una reacción dentro del público y hacer que el mensaje que se quiere comunicar no quede desapercibido.

- Medios publicitarios

A través de esta estrategia se pretende difundir contenido sobre la violencia intrafamiliar por medio de las redes sociales y también haciendo el uso de impresos como carteles o trípticos con el objetivo de captar la atención de más usuarios abarcando la atención y la retención del mensaje.

Medios Impresos: Trípticos, afiche publicitario, roll-up.

Medios Digitales: Facebook, Twitter, Instagram.

### **Planteamiento de estrategia**

La matriz estratégica se basará en los objetivos mencionados al principio. Dentro de la primera etapa se plantea el desarrollo de la campaña con el fin de buscar generar atención o expectativa generando conciencia en las personas. Siguiendo con la segunda etapa, tiene como objetivo generar expectativa aplicando diseño persuasivo dentro de las piezas gráficas para que conecte con el público demostrando el problema social y generar impacto visual. Finalmente, en la última etapa se busca notificar a la sociedad mediante la utilización de la publicación tanto en medios digitales como impresos.

- **Primera etapa.**

Objetivo 1

Utilizar estrategias que ayuden a generar una campaña social llamativa por medio de la publicidad social y branding enfocado en la problemática de la violencia

intrafamiliar, logrando concientizar a las personas. Las publicaciones se realizaran una vez por semana.

*Tabla 15.*  
*Planteamiento de estrategia – objetivo 1*

<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios</b>
Publicidad social y branding	Elaborar campaña social llamativa y establecerse dentro del público objetivo para que sea reconocible.	Branding	Generar una identidad visual para elaboración de estrategia publicitaria.	
		Desarrollo de la línea gráfica publicitaria	Diseño de línea gráfica con su respectiva retícula y diferentes formatos.	
		Elaboración de piezas gráfica	Diseño de contenidos ligados a la marca respectiva con posts en redes sociales sobre el identificador y violencia intrafamiliar junto con el hashtag #ENSEÑA MAS AMOR.	Facebook Instagram Twitter

- **Segunda etapa**

Objetivo 2

- Determinar estrategias adecuadas que generen expectativa en el receptor mediante el contenido elaborado sobre la problemática social de la violencia intrafamiliar, concientizando a las personas.

Tabla 16.

*Planteamiento de estrategia – objetivo 2*

<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios</b>
Diseño persuasivo	Incitar en el receptor una reacción apelándose de alguna conexión emocional como experiencia o recuerdo; esto a través de una propuesta elaborada que se relaciona con la violencia intrafamiliar.	Desarrollo de composición y edición de recurso fotográficos evidenciando el impacto que causa la violencia compuesta por fotografía y texto.	Publicación sobre contenido que evidencien la situación de la violencia intrafamiliar junto con el hashtag #ENSEÑA MAS AMOR	Facebook Twitter Instagram

- **Tercera etapa**

Objetivo 3

- Evidenciar los matices violentos a través de propuestas de edición gráfica que embarquen este fenómeno social con el fin de notificar a la sociedad mediante la utilización de la publicidad.

Tabla 17.

*Planteamiento de estrategia – objetivo 3*

<b>Estrategia</b>	<b>Táctica</b>	<b>Acción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios</b>
-------------------	----------------	---------------	--------------------	---------------



Medios publicitarios	Difundir contenido sobre la violencia intrafamiliar valiéndose de la persuasión con la finalidad de generar recordación del plan de medios	Elaborar posts utilizando las composiciones gráficas que muestran la violencia en el hogar.	Publicidad de contenido social con enfoque a la violencia intrafamiliar para contribuir a la concientización de esta problemática social.	Redes sociales Impresos
----------------------	--	---	---	----------------------------

Cronograma de actividades

Tabla 18.

*Cronograma de actividades*

Etapa	Actividad	Tiempo de ejecución del proyecto											
		Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Etapa 1</b> Utilizar estrategias que informen sobre la problemática de la violencia intrafamiliar.	Generar expectación mediante la publicidad de contenido en donde se publique contenido con datos sobre la violencia intrafamiliar, a fin de que el contenido sea llamativo y generar conciencia en las personas.												
<b>Etapa 2</b> Publicar diseños con las características que sufren miembros de una familia por violencia intrafamiliar.	Crear más conciencia e impacto en el público por medio del uso de diseño persuasivo a través de la edición y composición de diferentes elementos gráficos y generar un cambio.												
	Propagar contenido entorno a una familia unida y otra agredida en redes sociales junto con las propuestas para impresión para los medios publicitarios a usarse.												

Cronograma de actividades

Tabla 19.  
Cronograma de actividades

Etapa 3	Actividad	Tiempo de ejecución del proyecto											
		Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Facebook</b>	Publicar datos sobre la violencia intrafamiliar.	■	■			■	■						
	Publicar artes de composición de edición fotografía que muestran la violencia y la convivencia sana.			■	■			■	■	■	■	■	■
<b>Twitter</b>	Publicar datos sobre la violencia intrafamiliar.	■	■			■	■						
	Difundir las composiciones gráficas compuestas de imagen y texto.			■	■			■	■	■	■	■	■
<b>Instagram</b>	Publicar datos sobre la violencia intrafamiliar.	■	■			■	■						
	Difundir las composiciones gráficas compuestas de imagen y texto.			■	■			■	■	■	■	■	■
<b>Impresos</b>	Tríptico										■		
	Afiches						■						
	Rollup												■

#### 5.1.2.1. Acabados (según el caso)

A través de las diferentes variedades presentes dentro de las ramas del diseño gráfico, para este proyecto se ha tomado en cuenta el desarrollo de distintos artes con imágenes y mensajes relacionadas a la problemática social sobre violencia intrafamiliar con la finalidad de difundir el impacto del concepto en la percepción del sujeto y asimismo alcanzar a estimular no solo con el acompañamiento de mensajes acorde a la problemática sino también se adjunta a los diseños de las artes gráficas con la finalidad de elaborar un producto final conforme a las necesidades para la presente campaña de concientización; además su utilidad como herramienta para difusión a través de los diferentes medios.

#### 5.1.2.2. Composición (según el caso)

Con respecto a la campaña “Enseña + amor. Cero violencia” el tono y estilo se entorna de manera emocional valiéndose a través de experiencias emocionales propias tanto de reflejar maltratos y emociones, así como su contraparte, lo opuesto a maltrato como en ambiente y desarrollo ameno, como apego o amor filial en donde se caracteriza el amor respeto cuidado ya que pueden generar percepción en el individuo según las situaciones derivadas en las propuestas gráficas mostrando la gravedad de esta problemática social que sufren varios niños, adolescentes, mujeres, hombres y demás miembros de una familia dentro de un ambiente hostil. Se trabajará con diferentes composiciones, así como doble exposición, edición y recursos gráficos que serán parte de la campaña.

#### **5.1.3. Expresión creativa – puntos clave.**

Con respecto a la creatividad del proyecto integrador, se usó trabajo con diferentes recursos como fotografía para luego generar las respectivas composiciones, enfocándose en el sufrimiento y el dolor, así como mostrando un ambiente pasivo para presentar las diferentes situaciones de una familia, podemos encontrar técnicas doble exposición o diferentes ediciones. En sí, la disciplina del Diseño Gráfico, favorece

como una herramienta que ayuda a persuadir y difundir por medio de la creación de las piezas gráficas sobre la situación de la problemática social de la violencia intrafamiliar con el objetivo de generar o lograr despertar conciencia a través de la percepción de la imagen en el público al que se quiere mostrar, para que la propuesta tenga esa viabilidad de persuadir las emociones y sentimientos al momento de mostrar piezas gráficas que lleguen a utilizarse a través de la comunicación visual.

#### **5.1.4. Valor agregado / propuestas de valor.**

La propuesta está orientada para sustentar no solo la falta de material gráfico escasa sino también para generar sensibilidad con respecto a la problemática social de la violencia intrafamiliar, pero sobre todo hacer énfasis en las consecuencias y las actitudes hostiles que existen dentro de las familias. Por tanto, lo que se pretende es generar difusión de la realidad y ser consecuente sobre las causas y efectos de la agresión entre una pareja o familia. Este proyecto aspira a generar propuestas gráficas que sirvan como guía o referencia para propuestas y proyectos futuras para difundir que la realidad de esta problemática existe y está presente, así poder generar cambios en el público objetivo con el fin de infundir conciencia y lograr crear una mejor empatía entre la colectividad a fin de poder erradicar esta problemática. Además, servirá para que futuras investigaciones puedan aportar más elementos a proyectos similares y generar propuestas encaminadas a brindar aportes para esta problemática.

#### **5.1.5. Materiales e Insumos y/o productos y servicios.**

Tabla 20  
*Recursos*

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Recursos Tecnológicos</b>
Investigador	Computador
Tutor	Software de diseño Adobe Ilustrador y Adobe Photoshop
Psicólogos	Cámara Canon M50

Profesionales en el diseño gráfico	Smartphone
Público	Internet

### 5.1.6. Presupuesto.

Tabla 21  
*Presupuesto*

ACCIONES	COSTO DISEÑO
Laptop	\$1100
Smartphone	\$200
Cámara Canon M50	\$950
Elaboración de identificador creativo	\$200
Artes principales Diseño de artes	\$600
Diseño de post	\$50
<b>Total</b>	<b>\$2785</b>

Tabla 22  
*Presupuesto*

ARTÍCULOS	COSTO
Afiches (50 u)	\$ 1.20 c/u

Trípticos (1000)	\$ 120
Roll-ups (2 u)	\$65 c/u
<b>Total</b>	<b>Base costo \$310</b>

Nota: El presupuesto indicado es un estimado del desarrollo de la campaña y puede variar según la situación.

### 5.1.7. Construcción del prototipo.

Se basa en la identificación del concepto y se distingue del resto; su identidad gráfica transmite el símbolo o la idea que esta representa y que se quiere comunicar para generar el impacto que se busca dentro del público. Por tanto, toda campaña necesita tener su identificador visual el cual consta de su representación gráfica, el logotipo y composiciones tales como colores, tipografía adecuada que avalen su identidad para construir la marca.

Con respecto al significado, se considera la base de la campaña “Enseña + amor. Cero violencia” para construir la marca mediante la representación de una familia que lleva plenitud en sus gestos con una mano haciendo referencia al cuidado y protección. Ambos elementos emulan el contorno de corazón, símbolo universal del amor entre familia; formando así un icono que repercute en lo que se desea enseñar a los hijos.

### **Bocetos**



*Figura 13. Bocetos del identificador*

## **Digitalización**



*Figura 14. Post Facebook*

La marca de la campaña está establecida por un imagotipo, es decir, una imagen y texto. Para el texto está designada la tipografía Futura LT Medium de característica regular en la parte superior y estilo bold en la parte inferior, debido a su legibilidad y la composición agradable que combina con la propuesta.





*Figura 15. Imagotipo*



*Figura 16. Reticula*



*Figura 17. Área de Seguridad*

### **Tamaño mínimo de la marca**

El tamaño mínimo se define como las dimensiones mínimas a las que la marca creada se le puede reducir; exceder ese límite disminuirá la legibilidad.



*Figura 18. Tamaño mínimo*

### **Versión blanco y negro**



*Figura 19. Identificador en blanco y negro*



*Figura 20. Restricción de diseño. Elaborado por: Alex Moyolema, (2022)*

#### **5.1.8. Elaboración de recursos gráficos**

Para la elaboración de las piezas gráficas entorno a la violencia intrafamiliar se procede con la elaboración después de haber realizado su respectiva investigación para generar difusión e informar al público objetivo dentro del cantón, lo cual tiene como objetivo persuadir y generar conciencia sobre la violencia intrafamiliar. Por ende, se trabajará junto al Departamento de Violencia Intrafamiliar DEVIF de Ambato.

## **Diagramación**

Para la elaboración de la pieza gráfica se tomó en cuenta elementos como la fotografía, con su respectiva edición y retoque junto con la tipográfica para realizar la respectiva composición resaltando sus elementos, creando interés en el público. Se trabajó con retículas, para tener flexibilidad a la hora de establecer los elementos gráficos en el momento de su composición y adaptarlos para medios digitales e impresos.

## **Composición en redes sociales**

La diseño de la pieza gráfica se empezará con datos y está elaborado en escala de grises para transmitir un estado de ánimo hostil o violento, la marca está en su versión de gris para que contraste con la imagen fondo y se utilizó la tipografía Montserrat en variantes regular y bolt. Para la imagen de fondo se trabajó con una imagen de una pared agrietada y desgastada con el tiempo evocando el ambiente que se genera por la violencia doméstica en las víctimas, por último, se situó información correspondiente sobre ayuda para denunciar la violencia intrafamiliar.

Dentro del diseño, el texto informativo está en color rojo aludiendo a la grave situación sobre la problemática además la información se resalta al contrastar con el resto de colores. Las publicaciones de Facebook tienen una dimensión de 1200x1200 píxeles y sus historias tendrán 1080x1920 píxeles. Para publicaciones de Instagram las dimensiones serán de 1080x1080 píxeles y sus historias tendrán igual 1080x1920 píxeles y en Twitter los post son de 1024 x 512 píxeles.

## **Facebook**

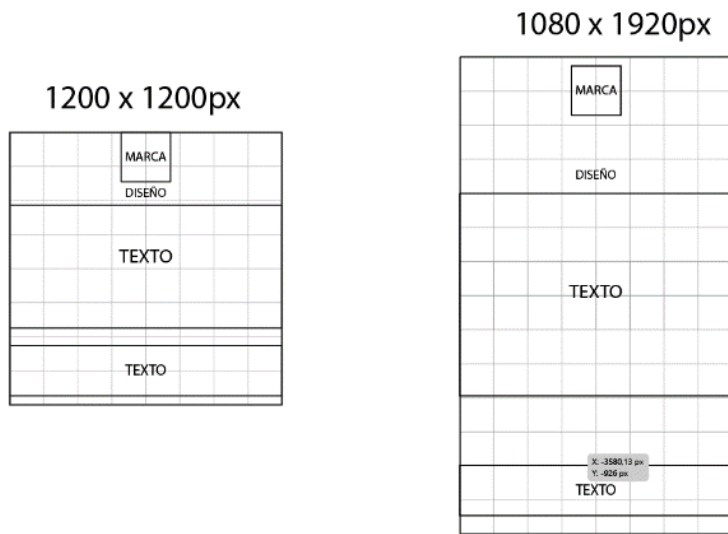
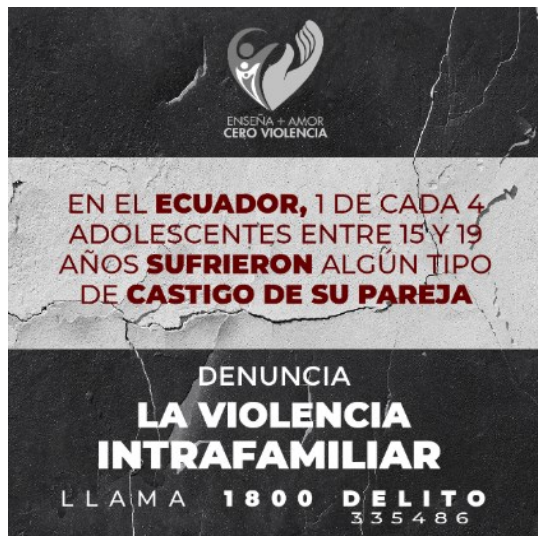


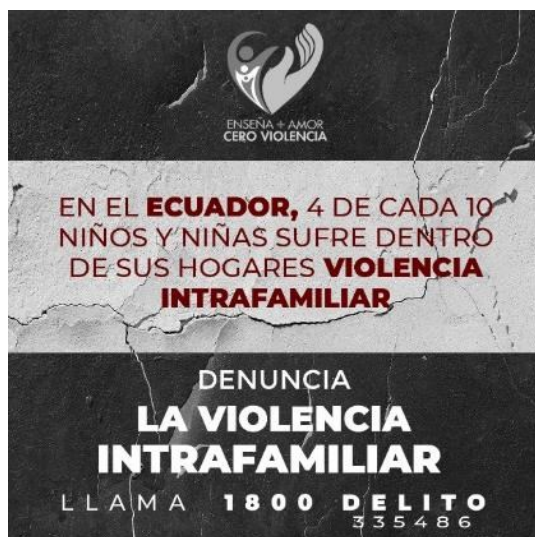
Figura 21. Formato imagen



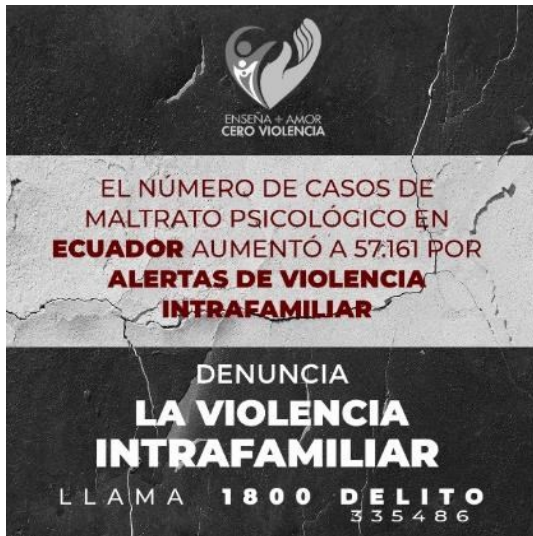
Figura 22. Post Facebook



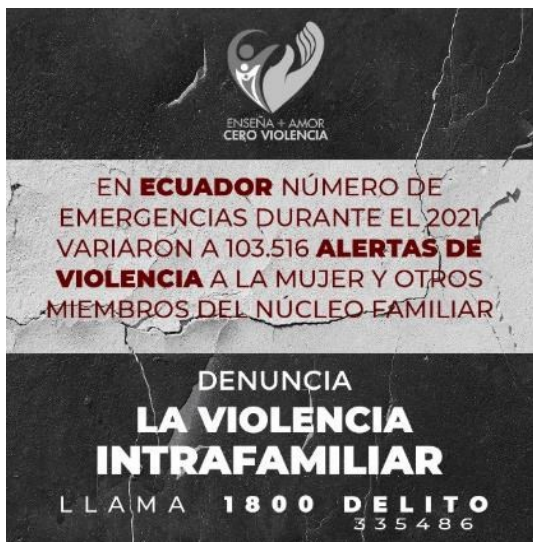
*Figura 23. Post Facebook*



*Figura 24. Post Facebook*



*Figura 25. Post Facebook*



*Figura 26. Post Facebook*



Figura 27. Post de imagen en Facebook

## Instagram



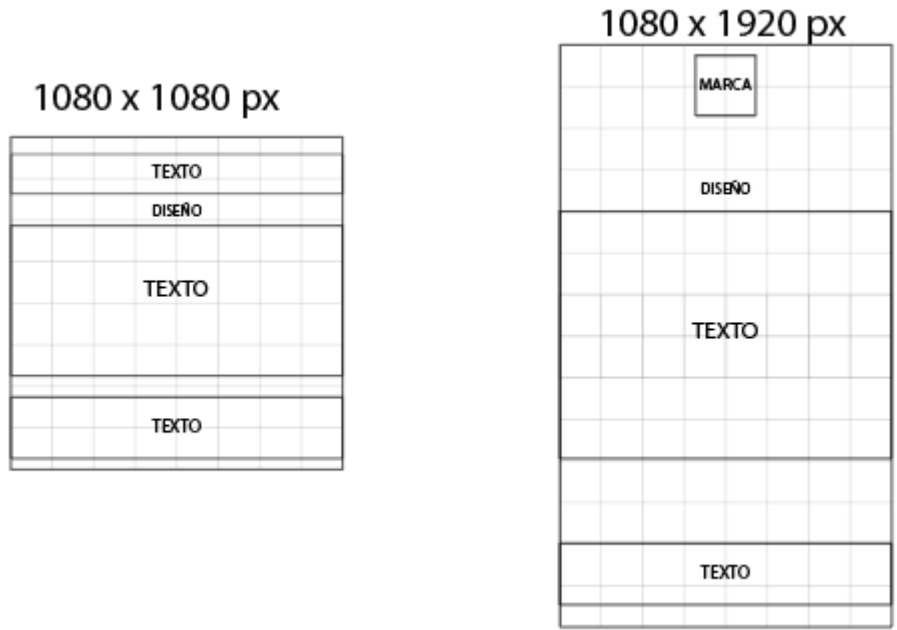
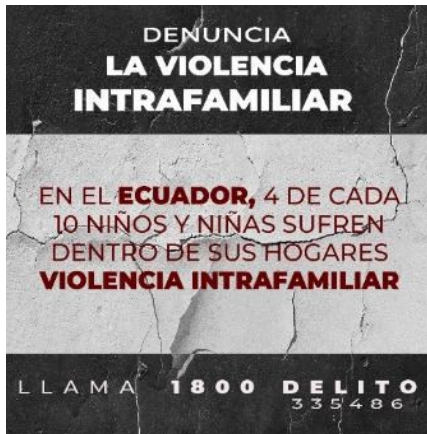


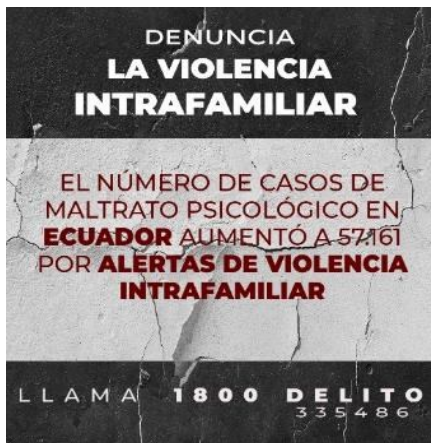
Figura 28. Formato Post e historia Instagram



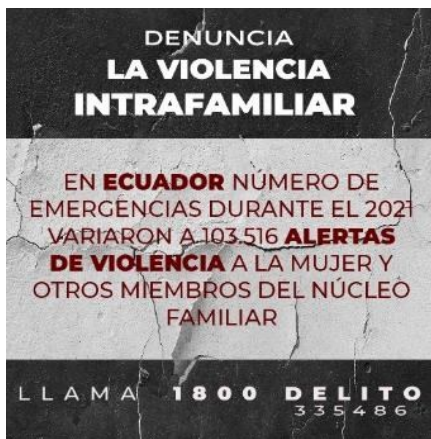
Figura 29. Post Instagram



*Figura 30. Post Instagram*



*Figura 31. Post Instagram*



*Figura 32. Post Instagram*



Figura 33. Post de imagen en Instagram

## Twitter

1024 x 512 px

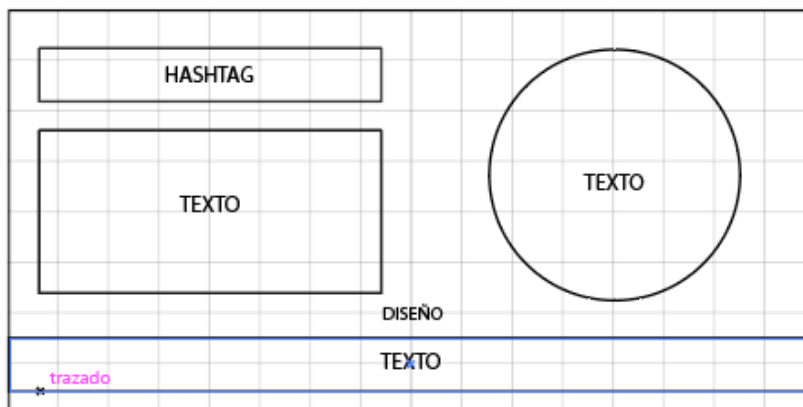


Figura 34. Formato Twitter



Figura 35. Post Twitter



Figura 36. Post Twitter



Figura 37. Post Twitter



Figura 38. Post Twitter



Figura 39. Post de imagen en Twitter

## Ediciones con fotografía para redes sociales

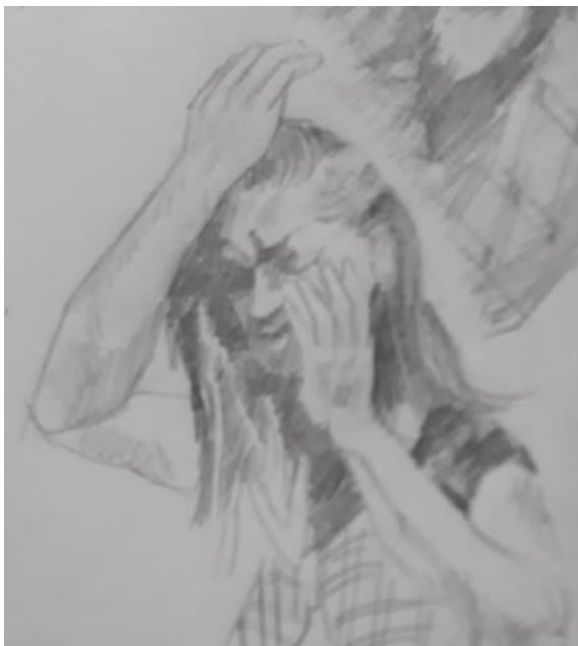


Figura 40. Boceto



*Figura 41. Post de imagen en Facebook*



*Figura 42. Boceto*



*Figura 43. Post de imagen en Instagram*



*Figura 44. Boceto*





Figura 45. Post de imagen en Twitter

### Historias para Facebook e Instagram

Se utilizarán las mismas piezas puesto que ambas redes trabajan en sus historias con las mismas medidas.

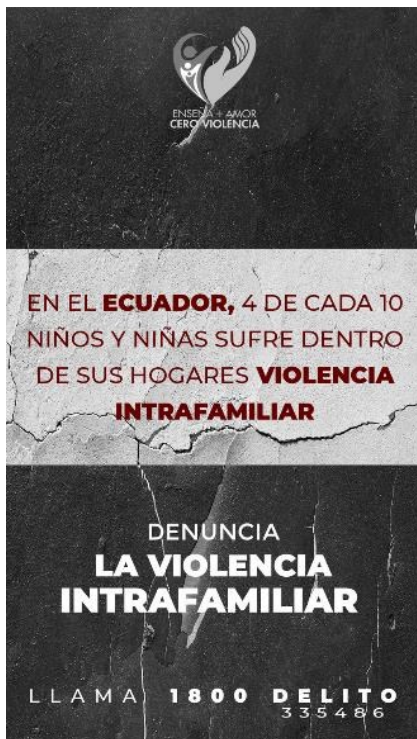


Figura 46. Historia para Facebook e Instagram

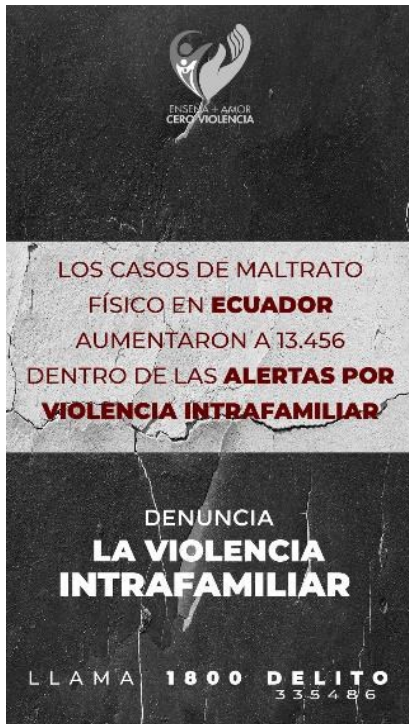


Figura 47. Historia para Facebook e Instagram

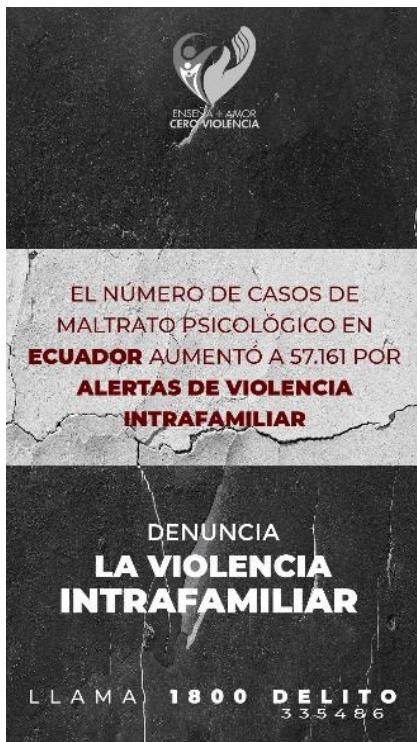


Figura 48. Historia para Facebook e Instagram

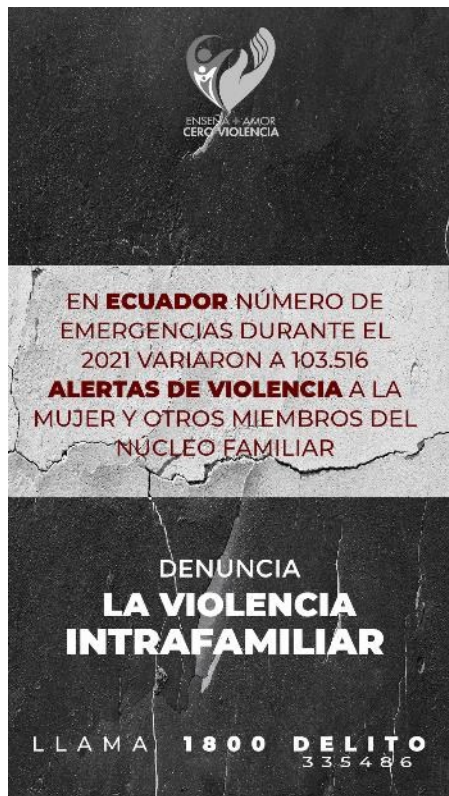


Figura 49. Historia para Facebook e Instagram

## Composición para medios impresos

### Afiches

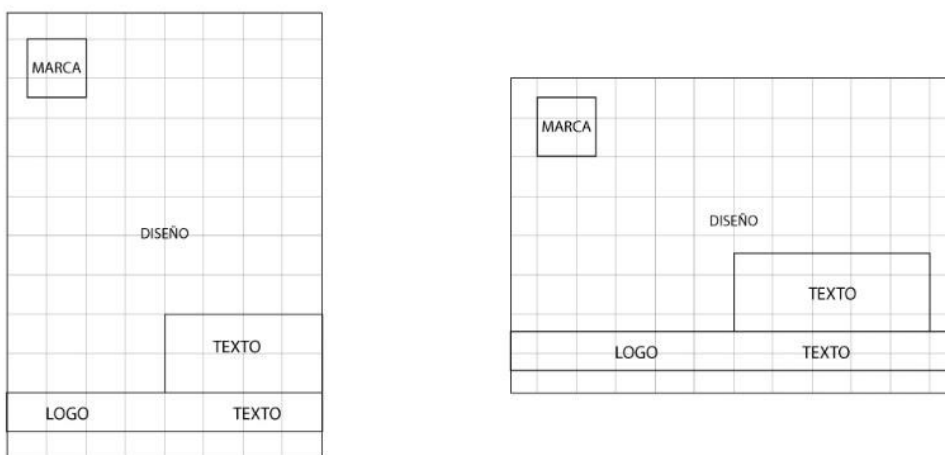
Los afiches deberán ser colocados en diferentes lugares dentro de los establecimientos del DEVIF, establecimientos municipales, instituciones en general y teatros. Cada pieza gráfica vendrá acompañada de diferentes mensajes centrados en la temática de la campaña, es decir, el copy. Y muestran dos situaciones, la construcción de personas que se han desarrollado o vivido en un ambiente familiar hostil en el hogar y personas que han crecido, aprendiendo en un ambiente cálido y de amor.

### Diagramación

En cuanto a su elaboración se tomará como referencia el tamaño A3 pudiendo escalarse en caso de que se necesite de reducciones o ampliaciones. El tipo de fuente

usado para el copy es Montserrat; el color dependerá de la tonalidad de fondo para hacer contraste, siendo blanco y un púrpura en tono oscuro.

Dentro del diagrama del afiche se colocará sus respectivos textos, identificador institucional con la cual se trabaja y la marca de la campaña, además se podrá trabajar en vertical u horizontal.



*Figura 50. Diagramación del afiche en vertical y horizontal.*

### **Presentación final de artes**



Figura 51. Afiche



Figura 52. Afiche horizontal



Figura 53. Piezas gráficas afiches



Figura 54. Piezas gráficas afiches



Figura 55. Piezas gráficas afiches



Figura 56. Piezas gráficas afiches

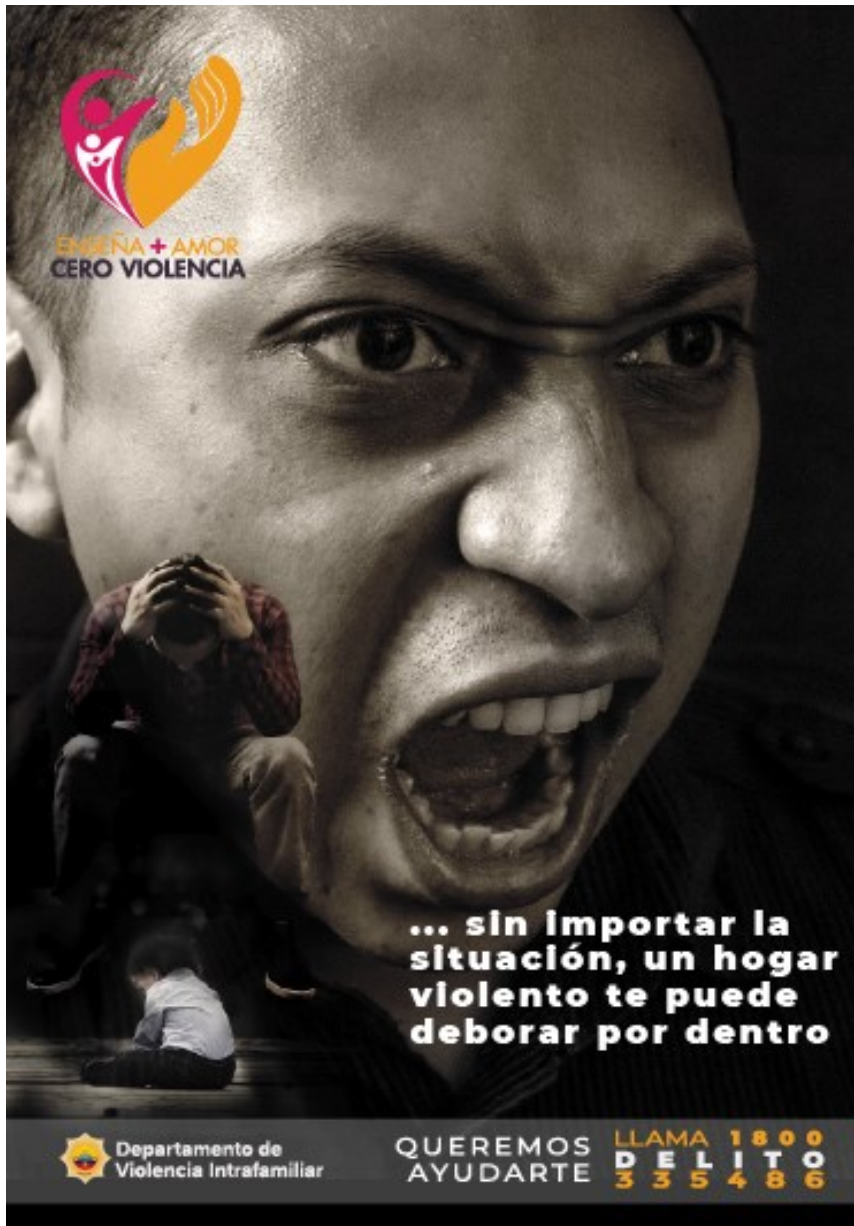


Figura 57. Piezas gráficas afiches





Figura 58. Piezas gráficas afiches



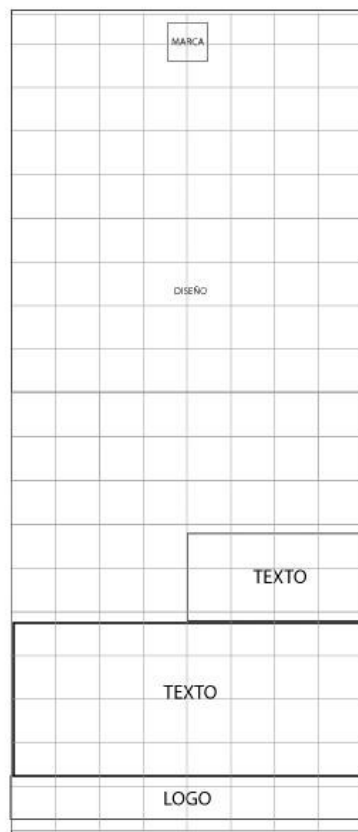
Figura 59. Piezas gráficas afiches



*Figura 60. Piezas gráficas afiches*

## Roll Up

El roll up será utilizado para cualquier tipo de presentación o conferencia que el DEVIF necesite hacer usando como medida 85 x 200 cm siendo esta la más común. De igual manera puede ser modifica si se requiere.



*Figura 61. Diagrama roll up*



*Figura 62. Diseño roll up*



*Figura 63. Mockup roll up*

### **Tríptico**

Se elaboró una propuesta de plantilla para el tríptico en forma de Z para que esta sea repartida en zonas concurridas como el parque Cevallos, conforme al plan de medios y pueda informar sobre la violencia intrafamiliar esta misma puede ser modificada a futuro según lo requiera la institución con la que se está trabajando.



Figura 64. Tríptico



Figura 65. Mockup Tríptico

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

Analizados como han sido todos los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos, se concluye que los factores de diseño adecuados para transmitir el mensaje sobre la problemática de la violencia intrafamiliar deben fundamentarse en un diseño conceptual que permita la libertad de argumentos con desarrollo de la actividad creativa original para captar la atención visual de los usuarios.

Entre los estilos más representativos y considerados como de mayor impacto visual en el diseño requerido para representar la grave situación problemática sobre la violencia doméstica, deber ser considerados los colores llamativos, las imágenes y el texto alusivo en menor proporción de modo que permita captar la atención de los receptores de todas las edades.

En lo inherente a los factores que interfieren en las relaciones intrafamiliares respecto de los factores que generan violencia dentro del hogar, se determinó que deben ser tomados en cuenta las experiencias de maltrato vividas en la infancia, que permita crear impacto en la mente del espectador y lograr generar conciencia además características como afecto y empatía dentro del entorno familiar, para lo que la campaña publicitaria que se diseñe no solo genere prevención con respecto al maltrato, sino también incentivo a las buenas relaciones entre todos los integrantes de la familia y en su convivencia en el hogar.

#### 6.2. Recomendaciones

El tipo de gráfica adecuada para la difusión de piezas gráficas se debe fundamentar en el diseño digital, en el cual se pongan de manifiesto las habilidades manuales y digitales del profesional, apoyándose en herramientas como Illustrator y Photoshop para crear imágenes, precisas y editables, luego ser difundidas en los entornos virtuales



y físicos, específicamente en las redes sociales que resultan mayor frecuentadas y de mayor influencia entre las familias de la ciudad de Ambato.

Finalmente, se determina que el desarrollo de una campaña de publicidad diseñada con los parámetros señalados resulta ideal en el propósito de generar conciencia y lograr un hábito de prevención con respecto a la violencia intrafamiliar, permitiéndole a los destinatarios una captación del mensaje emitido basado en los factores de esta problemática para lograr minimizar posibles rastros de violencia en el hogar.

En tal sentido, se recomienda desarrollar una propuesta de diseño de una campaña publicitaria que además de mostrar las causas más resaltables de la violencia doméstica permita reforzar valores como afecto entre los integrantes de las familias, basados en herramientas digitales y que estratégicamente pueda ser difundido por diferentes medios en la ciudad de Ambato.

## BIBLIOGRAFÍA

Abreu, J. (Julio de 2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.

Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual* (1ª edición ed.). Barcelona: Paidós.

Ambrose, G., & Harris, P. (2004). *Fundamento del diseño creativo* (1ª edición ed.). Barcelona, España: Parramón.

Asamblea Constituyente del Ecuador. (2018). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>

Augusto, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades*. Mexico : Person S.A.

Ayala, M. (3 de septiembre de 2020). *Problemas sociales: características, causas, ejemplos*. Obtenido de Lifereder: <https://www.lifereder.com/ejemplos-de-problemas-sociales/>

Bassat, L. (2004). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Debolsillo Editorial.

BBC . (21 de Junio de 2016). *BBC* . Obtenido de BBC : <https://www.bbc.com/mundo/noticias-36785503>

Canseco Montesdeoca, E., Rivera Molina, M., & Álvarez Santana, C. (09 de enero de 2019). Obtenido de <https://publicacionescd.ulead.edu.ec/index.php/tejedora/article/view/29>

Cazau, P. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN* (Tercera ed.). Argentina.

Charres, H. (Enero - Diciembre de 2018). Triangulación: Una estrategia adecuada para las investigaciones en las ciencias administrativas y contables en la educación superior. *Revista anual Acción y reflexión educativa*(43), 152-165.

*Ciclo de la Violencia*. (s.f.). Recuperado el 8 de junio de 2021, de Shelter for help in emergency org: <https://www.shelterforhelpinemergency.org/espanol/ciclo-violencia>

Cienciamerica. (03 de junio de 2020). *REFLEXIONES SOBRE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR Y VIOLENCIA DE GÉNERO DURANTE EMERGENCIA POR COVID-19*. Obtenido de <http://cienciamerica.uti.edu.ec/>: <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/319/580>

Cifuentes, A. (24 de septiembre de 2020). *Causas y consecuencias de la violencia intrafamiliar*. Obtenido de Enterapia: <https://enterapia.co/blog/familia/causas-y-consecuencias-de-la-violencia-intrafamiliar/?v=42983b05e2f2>

Costa, J. (2013). *Los 5 pilares del branding: anatomía de la marca*. Cataluña: Costa Punto Com S.L.

Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Grafica, II(4)*, 89-107. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/283809>

Cualit. (s.f.). *La persuasión en el diseño*. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de Cualit: <https://www.cualit.com/la-persuasion-en-el-diseno/>

El Herald. (10 de abril de 2020). *Atención especial a violencia intrafamiliar*. Obtenido de El Herald: <https://www.elheraldo.com.ec/atencion-especial-a-violencia-intrafamiliar/>

El Telégrafo. (01 de diciembre de 2018). *El 48,7% de víctimas de violencia es de ciudades*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/victimas-violencia-areas-urbanas-ecuador>

Erickson, B. F. (2001). *La publicidad*. Firms Press.

Espada, B. (29 de Abril de 2021). *INVESTIGACIÓN Qué es el método descriptivo y ejemplos*. Obtenido de Ok diario: <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo->



Moreno, C. (2014). *Apuntes sobre diseño gráfico: teoría, enseñanza e investigación*. Bruselas: Centre d'Etudes Sociales sur Amérique Latine.

Moya, R. (2006). *Diseño gráfico latinoamericano*. Quito: Trama.

Naranjo, A. (s.f.). *Piezas gráficas*. Recuperado el 7 de junio de 2021, de Piezas gráficas: <http://files.cvgrafico.webnode.com.co/200000046-5b1ab5c139/DC%2017%20Piezas%20Gr%C3%A1ficas.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2013). *OMS*. Obtenido de [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/85243/WHO\\_RHR\\_HRP\\_13.06\\_spa.pdf](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/85243/WHO_RHR_HRP_13.06_spa.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (8 de junio de 2020). *Violencia contra los niños*. Obtenido de OMS: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-children>

Organización Panamericana de la Salud. (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud: resumen*. Obtenido de [https://www.who.int/violence\\_injury\\_prevention/violence/world\\_report/es/summary\\_es.pdf](https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/es/summary_es.pdf)

OXFAM INTERMÓN. (s.f.). *Desigualdad social: ejemplos en la vida cotidiana*. Obtenido de Oxfam Intermón: <https://blog.oxfamintermon.org/desigualdad-social-ejemplos-en-la-vida-cotidiana/>

Pérez, L. (2015). *La violencia intrafamiliar y los factores de riesgo, como inciden en los niños de primero a tercer año de educación básica de la Escuela Fiscal Nicolás Mestanza y Álava*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.

PSYCIENCIA. (24 de julio de 2014). *Maltrato y abandono de menores por parte de padres y otros cuidadores*. Obtenido de PSYCIENCIA: <https://www.psyciencia.com/maltrato-abandono-de-menores/>

Raffino, M. E. (27 de Agosto de 2020). *Problemas Sociales*. Obtenido de Concepto.de.: <https://concepto.de/problemas-sociales/>

Robles, S., & Romero, M. (2010). *Publicidad y lengua española: un estudio por sectores* (Primera ed.). Sevilla; Zamora, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sandoya, D. (2015). *Análisis sobre la violencia intrafamiliar en la ciudad de Babahoyo*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.

Sevilla, A. (14 de junio de 2006). *Causas, efectos y fases de la violencia intrafamiliar*. Obtenido de monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos34/violencia-intrafamiliar/violencia-intrafamiliar.shtml>

Significados. (10 de Marzo de 2017). *Bienestar social*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/bienestar-social/>

Significados. (13 de Febrero de 2018). *Significado de Persuadir*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/persuadir>

Silva, V. (30 de Noviembre de 2012). *Instituto de neurociencias*. Obtenido de <https://www.institutoneurociencias.med.ec/component/k2/item/851-violencia-intrafamiliar>

SOLAN, A. I. (2014). *La versatilidad de la ilustracion digital y la ilustracion tridimensional en el diseño de revistas*. Guatemala de la Asunción.

SOLAN, A. I. (2014). *La versatilidad de la ilustracion digital y la ilustracion tridimensional en el diseño de revistas*. Guatemala de la Asunción.

The conversation. (23 de Noviembre de 2020). *Cómo afecta emocionalmente a los adolescentes la crisis del coronavirus*. Obtenido de <https://theconversation.com/https://theconversation.com/como-afecta-emocionalmente-a-los-adolescentes-la-crisis-del-coronavirus-149770>

Vargas, C. (s.f.). *VIOLENCIA INTRAFAMILIAR*. Recuperado el 7 de junio de 2021, de Asociación Internacional Viviendo Sueños: <https://www.asointervis.org/proyecto/violencia-intrafamiliar/>

Vargas, S. (2014). *Desarrollo de piezas gráficas que evidencie la problemática social de los niños y niñas*. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL, Quito.

*Violencia doméstica*. (s.f.). Recuperado el 3 de Junio de 2021, de MedlinePlus: <https://medlineplus.gov/spanish/domesticviolence.html>

*Violencia familiar*. (s.f.). Recuperado el 3 de Junio de 2021, de Stanford Children's Health: <https://www.stanfordchildrens.org/es/topic/default?id=domestic-violence-85-P04668>

Wells, W., Moriarty, S., & John, B. (2007). *Publicidad Principios y Práctica*. México : Pearson Educación .

## **ANEXOS**

Anexo 1

FORMATO DE ENTREVISTA ESTÁ DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL  
AREA DEL DISEÑO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO  
GRÁFICO PUBLICITARIO**

**ENTREVISTA**

**Nombre:**

**Cargo:**

**Fecha:**

**Objetivo de la entrevista**

El objetivo principal de la entrevista tiene como propósito obtener conocer y entender sobre el diseño de piezas gráficas y campañas enfocadas a problemáticas sociales para qué a partir de dicho conocimiento obtenido diseñar material gráfico acorde al proyecto que se pretende realizar.

- **¿Considera Ud. que una campaña publicitaria debe informar sobre la violencia intrafamiliar y sus consecuencias?**
- **¿Cómo realizaría campaña publicitaria para la prevención de la violencia intrafamiliar en la ciudad de Ambato??**
- **¿A su criterio consideraría usted que se han ido aplicando correctamente estrategias comunicacionales para campañas sin fines de lucro?**



- **¿Considera favorable que una campaña gráfica sea una herramienta de conciencia y prevención social para la violencia intrafamiliar?**
- **¿Considera usted que las piezas gráficas de índole social pueden persuadir a personas en general?**
- **¿Qué tipo de imágenes se recomienda para la gráfica en una campaña de violencia intrafamiliar?**
- **¿En qué parámetros consideraría importante el acompañamiento de texto para estimular el mensaje que se quiere transmitir?**
- **¿A su criterio, se puede comunicar ideas o sensaciones por medio del uso de elementos visuales a la población?**
- **¿Cómo definiría las características de una pieza gráfica visual con fines sociales?**
- **¿Qué mensaje ayudaría a persuadir sobre los problemas que generan la violencia intrafamiliar?**

Anexo 2

Formato de entrevista está dirigida a profesionales del área de psicología.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO**  
**GRÁFICO PUBLICITARIO**

**ENTREVISTA**

**Nombre:**

**Cargo:**

**Fecha:**

**Objetivo de la entrevista**

Como objetivo principal de la entrevista se pretende obtener información entorno a la problemática social de la violencia intrafamiliar, sus orígenes y consecuencias para qué a partir del conocimiento obtenido se adapte en la elaboración de material gráfico para el presente proyecto que se pretende realizar.

- **¿Cómo definiría la violencia intrafamiliar?**
  
- **¿Considera la violencia de hogar un problema que afecta a nuestro entorno social y de qué forma ésta afecta?**
  
- **¿Qué factores cree usted que influyen para que se incida violencia dentro del hogar?**
  
- **¿Por qué se consideraría importante el bienestar dentro de la familia?**
  
- **¿De los problemas sociales que conoce, cuál considera que afecta a la familia?**

- **¿Dentro del entorno familiar que persona se considera un agresor?**
- **¿Cuál miembro en el hogar considera el individuo más perjudicado por problemas de la violencia familiar?**
- **¿Cómo atenta la violencia contra la integridad psicológica de los infantes?**
- **¿Qué tipo de maltrato aplicado en los niños considera el más reiterado?**
- **¿Qué factores considera que incitan al momento de generar violencia en el hogar?**
- **¿Las secuelas psicológicas del maltrato pueden repetirse en la siguiente generación?**

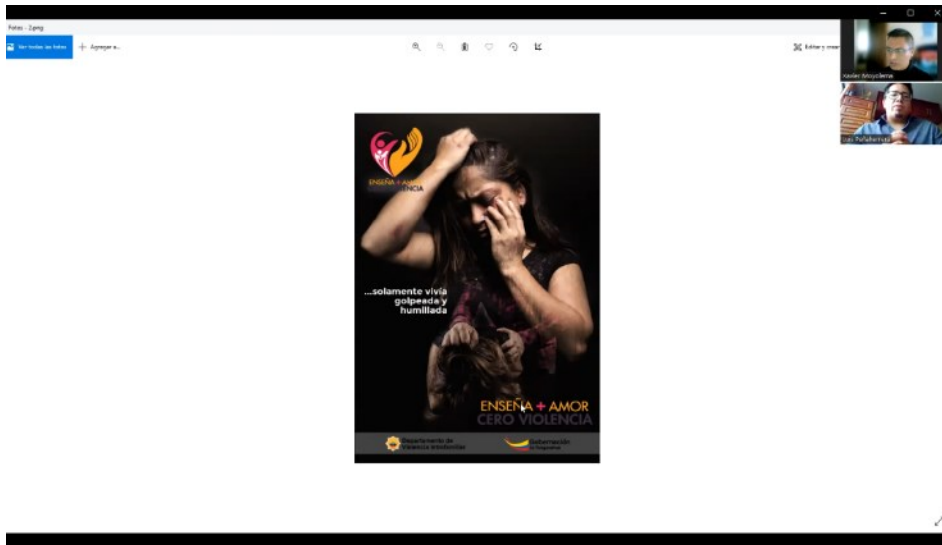
### Anexo 3



### Anexo 4



### Anexo 5



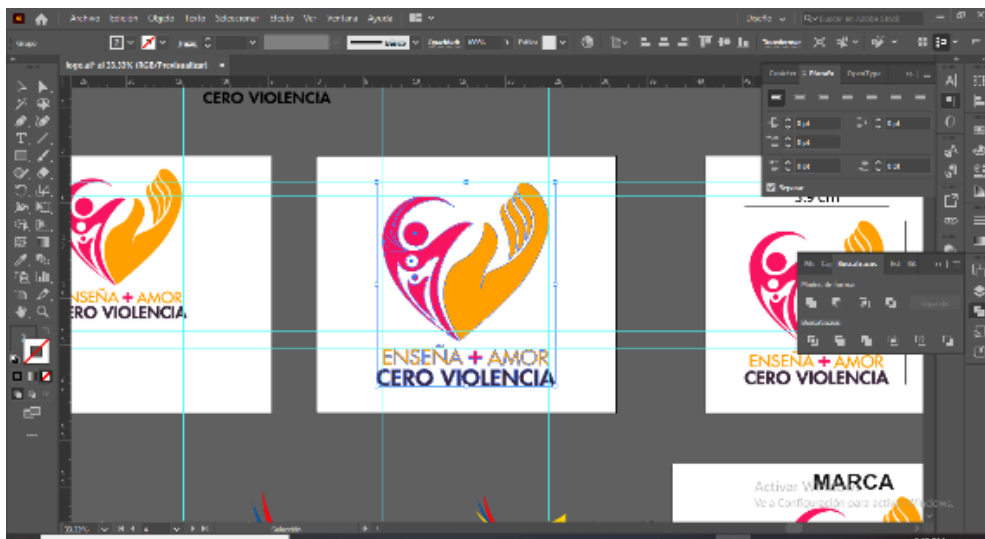
Anexo 6



Anexo 7



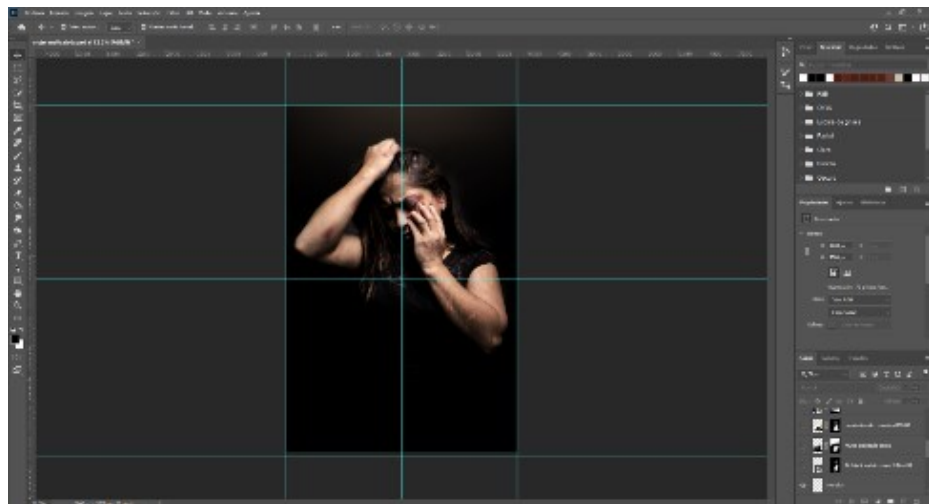
Anexo 8



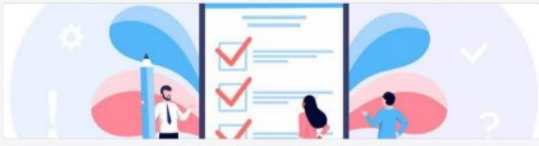
Anexo 9



Anexo 10



Anexo 11



## Encuesta sobre estudio social

Por favor, ayúdanos con tu colaboración llenando cada una de las preguntas a continuación. No te tomará mucho, agradecemos tu tiempo :)

111

1. ¿Ha sido víctima de violencia familiar durante su infancia?

Sí

No

Agregar una opción o agregar "Otros"

Opción múltiple

Obligatoria

2. ¿Ha presenciado algún tipo de abuso en su hogar durante su infancia? \*