

Las Flores

Propuesta de visibilización del impacto del acoso callejero en la vida de
las jóvenes caleñas

Johanna Andrea Gutiérrez Cubides

Instituto Departamental de Bellas Artes

Facultad de Artes Visuales y Aplicadas

Programa de Diseño Gráfico

Santiago de Cali

2020



Propuesta de visibilización del impacto del acoso callejero en la vida de
las jóvenes caleñas

Johanna Andrea Gutiérrez Cubides

Trabajo de grado presentado para optar por el título de

DISEÑADORA GRÁFICA

Asesor de trabajo de grado:

Juan Carlos Morales Peña

Instituto Departamental de Bellas Artes

Facultad de Artes Visuales y Aplicadas

Programa de Diseño Gráfico

Santiago de Cali

2018



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

AGRADECIMIENTOS

Escribo esta sección esperando que mis palabras alcancen a transmitir la gratitud que siento con aquellos que aportaron directa o indirectamente en la realización de este producto.

A mi familia, el matriarcado que me sostiene, el legado que me dejan. A mí madre y mi abuela por celebrar quién soy, y apoyar lo que he llegado a ser; y a mi tía a quien le debo mi vida y más.

A todas las mujeres, amigas, conocidas, desconocidas, que compartieron sus historias y vieron en este trabajo un haz de esperanza, de hermandad. Gracias por su tiempo, y por permitirme escuchar esas experiencias que no quisieran revivir.

A Fabi, y a toda mi familia Circo Herencias, por creer en mí, incluso más de lo que lo hago yo, por darme fuerzas para llegar hasta el final y ayudarme a entender que rendirse nunca es una opción.

Gracias especiales a mi asesor JC, por apostarle a este trabajo pese a las circunstancias.

A todos los que me escucharon y brindaron palabras de aliento, este proyecto es de ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
JUSTIFICACIÓN	8
ESTADO DEL ARTE	11
MARCO TEÓRICO.....	33
METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	42
RESULTADOS	54
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES	180
LINKS PARA LA VISUALIZACIÓN DE CONTENIDOS	185
REFERENTES.....	186
ÍNDICE DE FIGURAS	192
ANEXOS.....	198

RESUMEN

El presente proyecto tiene como propósito visibilizar el impacto del acoso callejero en la vida de las jóvenes caleñas por medio de la exposición de 7 testimonios, seleccionados entre 74 respuestas recibidas por medio de una encuesta realizada en la plataforma *Google Forms*, y escogidos por ser los más impactantes y representativos.

En el desarrollo del trabajo se contó con asesorías de entes especializados en temas de género, y se llevaron a cabo procesos de creación a partir de la interacción con algunas de las víctimas de acoso que participaron en la encuesta mencionada. Gracias a estas actividades se obtiene un compendio de información valiosa, con la cual se determina el rumbo creativo de este trabajo, desde la estrategia de diseño hasta su estética.

De la conclusión de este trabajo se resalta la importancia de visibilizar experiencias de acoso callejero como ejercicio que favorece la construcción de diálogos en torno a esta problemática, fomenta la empatía hacia las víctimas y crea espacios de catarsis y reconciliación.

Palabras clave: Violencia de género, acoso callejero, diseño editorial, narración gráfica.

INTRODUCCIÓN

Esta obra es el resultado de un proceso de investigación que inició hace dos años, con el objetivo de obtener mi título como diseñadora gráfica del Instituto Departamental de Bellas artes.

Amigas, conocidas, desconocidas y colectivos feministas depositaron su confianza y emociones encontradas en este proyecto, que partió de una inquietud personal: preguntarme como víctima de acoso cómo se sienten otras mujeres, y en el proceso entenderlo como una mecánica normalizada y enraizada en nuestra cultura; y una cuestión académica: ¿De qué manera el diseño gráfico puede darles voz a historias invisibilizadas o poco reconocidas?

Partiendo de ello, y tras una serie de asesorías (Waldor Botero- Asesor social Casa Matria), consultas bibliográficas y estadísticas (ENDS 2015, Informe epidemiológico de violencia intrafamiliar contra la mujer 2015, etc.) y grupos focales con voluntarias que enviaron sus historias, determino los ejes del proyecto: el concepto de mujer desde la perspectiva de la cultura caleña, la visión y emociones de quienes cuentan sus experiencias, y el desarrollo de un estilo gráfico que lograra representar una conjunción entre las dos instancias anteriores, respetando la intención e individualidad de cada uno de los testimonios.

Esta publicación espera abrir espacios para la reflexión a través de la visibilización de situaciones reales, haciendo cercano el impacto del acoso callejero en la vida de las mujeres, y cómo su percepción sobre su cuerpo e imagen pública se ven afectadas, en algunas ocasiones, de manera irreversible. Este es un producto que debe su motivación y resultado a la colaboración entre mujeres que estuvieron dispuestas a compartir momentos que preferirían no revivir para que el mundo las escuche.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El acoso callejero es constante en la vida de las mujeres en Cali. Sin embargo, es una problemática invisibilizada, poco reconocida y denunciada debido a la ausencia de mecanismos legales, y a la normalización de estos comportamientos, que se introdujeron en los imaginarios culturales, y reproducen patrones de violencia, haciendo que la sociedad sea indiferente e incluso juzgue a las mujeres que intentan exponer sus casos (Porrás, 2019).

El temor a salir solas, especialmente de noche; reconsiderar la vestimenta para minimizar la posibilidad de ser blancos de miradas lascivas y comentarios inapropiados, entre otras situaciones a las que se exponen las mujeres en la calle, afectan su relación con el entorno y la percepción sobre su imagen personal, y dan cuenta del impacto que tiene el acoso callejero en sus vidas; pero son pocas, por no decir inexistentes, las iniciativas en la ciudad que exponen las secuelas en las víctimas. Esta carencia podría explicar la falta de empatía respecto a los efectos de un fenómeno tan común, pero que poco se habla, o incluso se prefiere callar.

Sin embargo, teniendo en cuenta que los mecanismos de defensa para las víctimas de acoso callejero por la vía legal son débiles, pareciera ser justamente la visibilización de estos testimonios una opción para posibilitar una reflexión sobre el tema, conllevando a una sanción social de estos comportamientos (Venegas, 2013), dándole nombres y rostros a cifras borrosas, a la vez que aporta a recuperar la confianza de las víctimas, pues al reconocerse en otras historias se contribuye a superar la sensación de culpabilidad, comprender que fueron afectadas por la violencia de género y no por algo que ellas provocaron, y a no sentirse solas, creando sororidad entorno a este problema (Bruckman, 2013).

Por consiguiente, gracias al potencial del diseño gráfico para comunicar visualmente cuestiones sociales, y esperando aportar a la mejoría de la situación expuesta, se plantea la siguiente pregunta ¿Cómo a través del diseño gráfico se puede contribuir a visibilizar el impacto que el acoso callejero tiene en las jóvenes caleñas?

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una propuesta de diseño que contribuya a la visibilización del impacto del acoso callejero en las jóvenes caleñas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Seleccionar casos de acoso callejero en jóvenes caleñas a partir de encuestas cualitativas.
2. Consolidar contenidos relacionados con el acoso callejero, por medio de entrevistas semiestructuradas realizadas a una selección de mujeres entre las que participaron en las encuestas cualitativas.
3. Elaborar prototipos de la propuesta de diseño que contribuya a la visibilización del impacto del acoso callejero en jóvenes caleñas.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto nace de la inquietud personal por conocer la manera en que las mujeres nos sentimos afectadas por el fenómeno del acoso callejero en la ciudad de Cali, las ideas que hemos construido en torno al tema y la intención de hacer algo al respecto desde mi profesión como diseñadora gráfica.

La ONU Mujeres (2019), en su programa “Ciudades seguras y espacios públicos seguros para mujeres y niñas” implementado en Cali desde el año 2017 afirma:

Las mujeres y niñas sufren y temen enfrentarse a los diversos tipos de violencia sexual en espacios públicos, desde el acoso sexual hasta la agresión sexual, incluida la violación. Ocurre en las calles, en el transporte público, en los parques, en las escuelas, los lugares de trabajo y alrededor de ellos, en baños públicos y en puntos de distribución de agua y alimentos, en sus propios vecindarios, así como en las zonas rurales y en zonas de conflicto y en contextos de postconflicto. Esta realidad reduce la libertad de movimiento de mujeres y niñas, su capacidad de asistir a la escuela, el trabajo y participar en la vida pública. Limita su acceso a los servicios esenciales y a disfrutar de oportunidades culturales y de ocio. Asimismo, repercute negativamente en su salud y bienestar (p.2)

Esto contribuye a dilucidar las implicaciones negativas que acompañan el uso del espacio público como mujer, aunado al hecho de vivir en una ciudad particularmente violenta como Cali, haciendo que el temor sea por partida doble.

Según datos del informe mencionado, el 86,2% de las mujeres encuestadas considera que los espacios públicos son inseguros; y el 91% no ha denunciado ante las autoridades el acoso en estos lugares. (ONU Mujeres, 2019, p.4) Por otro lado, según un informe de Realidad 360, nueve de cada diez mujeres aseguran haber sido víctimas de acoso callejero en la ciudad (Miranda, 2017). Con todo ello, resulta inquietante que un problema social tan común y con implicaciones tan serias persista y no se aprecien acciones de las autoridades al respecto.

Y es que en el país no hay mecanismos legales que amparen a las víctimas de este tipo de agresiones. Por falta de herramientas la justicia resulta poco útil.

En estos casos, las autoridades tienen poca injerencia: no se puede denunciar lo que hizo alguien a quien no se logra identificar. El apoyo que brinda la institucionalidad para tales situaciones se resume en la línea 155, que ofrece apoyo emocional. (Uribe, 2020)

Para la ley el acoso callejero no es un comportamiento punible, pero no es el único factor que deja a las mujeres desprotegidas: la antipatía y cotidianización de estas acciones provoca que no se reaccione en contra del acosador o se defienda a la víctima, sino que se le juzga por considerarla causante del mismo (Porrás, 2019). Queda claro que el derecho penal no es la vía, el camino para corregir el problema apunta a intentar cambiar comportamientos micro-sociales concretos (Venegas, 2013, p.68) por medio de la visibilización de una violencia poco reconocida y denunciada (ONU Mujeres, 2019, p4). Según Lina Buchely, abogada graduada de los Andes, citada por Venegas (2013), la mejor opción para enfrentar esta cuestión es la regulación de las conductas sociales a través de ejercicios de sensibilización que busquen una visibilización del fenómeno, y por consiguiente lleven a una sanción social de ese tipo de comportamientos (Venegas, 2013, p.69). También se plantea que la exposición de estas historias y comportamientos de forma masiva lo

que logra hacer es impulsar procesos que en teoría benefician a las víctimas o le ofrecen respuesta. (Venegas, 2013, p.81)

Ante esto, se entiende que es importante hablar el tema desde la perspectiva de las víctimas, y cómo esto las afecta directamente, intentando generar una respuesta empática hacia las mujeres en una cultura que asume como normal el acoso callejero. Por otro lado, se ha comprobado gracias a grupos activistas que realizan actividades para denunciar el acoso, como el caso de Hollaback, que compartir y leer historias cambia la manera en que las mujeres pueden reaccionar ante un futuro acoso y hace que dejen de sentirse solas, para ser parte de una comunidad afectada por lo mismo (Bruckman, 2013, p.8).

En Cali es poco el trabajo en contra del acoso callejero, existe un alto sub registro de casos ante la ausencia de una entidad que recopile las denuncias que pudiesen llegar a la Fiscalía, Secretaría de Salud o Personería, lo que hace difícil dimensionar en qué medida afecta a las mujeres de Cali. Por otro lado, si bien se han adelantado algunas campañas en los últimos años desde la Alcaldía, estas se centran en exponer cifras y datos respecto a la violencia de género en espacios públicos, no en la exposición de historias; y por su parte, el programa de la ONU Mujeres, ha organizado diálogos con comunidades específicas, poco conocidos por la población en general, disminuyendo el alcance de la iniciativa.

De esta manera, resulta pertinente desarrollar un proyecto como el que se propone, pues contribuye a desnaturalizar las conductas de acoso por medio de la empatía hacia las víctimas, transformar ideas preconcebidas por la cultura propia de la ciudad sobre el trato hacia el cuerpo femenino en el espacio público, y a brindar un apoyo emocional a las mujeres, ayudándoles a reconciliarse con su imagen y a enfrentar el acoso.

ESTADO DEL ARTE

En el presente apartado se revisarán antecedentes afines a este proyecto, y se pondrán en consideración sus aportes. Para ello se hará un análisis de fuentes que abordan el acoso callejero desde diversas perspectivas, incluyendo colectivos sociales, medios digitales, entre otros. Estudios que podrían explicar cómo se gesta la imagen de la mujer caleña en la ciudad, y de qué manera el diseño gráfico ha abordado el acoso callejero y cuestiones sociales afines.

1. CONTRA EL ACOSO CALLEJERO

1.1 REFERENTES INTERNACIONALES (COLECTIVOS Y ESTUDIOS)

1.1.1 Hollaback!

Organización nacida en Nueva York en el año 2005, su misión es acabar con el acoso en todas sus formas, según afirma en su sitio web. Actúa como colectivo en 21 ciudades y 16 países (incluyendo Bogotá) para poner fin al acoso callejero por medio de la planeación y producción de movimientos, plataformas y recursos de resistencia. Su estrategia se basa en la sensibilización y educación, realizando campañas, estudios de campo, publicaciones editoriales y charlas. También se preocupa por otorgar recursos y herramientas a las víctimas para defenderse del acoso por sus propios medios.

Aportes

El colectivo ofrece a través de su sitio web diversos estudios auto gestionados y bibliografía. Una de sus publicaciones es Hollaback!: *The Role of Collective Storytelling Online in a Social Movement Organization* (2013), documento realizado bajo el aval del Instituto técnico de Georgia (Atlanta, EE.UU.), Co elaborado por Jill P. Dimond, Michaelanne Dye, Daphne Larose y Amy S. Bruckman, donde se indaga sobre el papel de las nuevas tecnologías de comunicación en los movimientos sociales, y el beneficio que puede representar el compartir historias de acoso callejero para las víctimas.

También ha desarrollado herramientas para la visibilización del fenómeno, que serán tomados como referentes, entre estos se encuentran su sitio web, donde comparten su material académico, guías de acción para las víctimas, talleres, y una sección para compartir historias de acoso callejero, una aplicación móvil que “ayuda a proporcionar la prueba de que el acoso callejero es un problema grave que justifica una respuesta seria de los responsables políticos” según afirman en su sitio de descarga, y proyectos audiovisuales como *10 horas de Acoso Callejero en Nueva York* (2014), en el cual una mujer es filmada con una cámara oculta y recibe más de 100 actitudes de acoso en su contra en 10 horas de transitar por la vía pública.

Conclusiones

Las iniciativas y estudios de Hollaback enfocados en la exposición de testimonios representan un sustento para explicar por qué es importante visibilizar historias de acoso callejero, siendo una opción para intentar combatir la problemática y para recuperar la confianza de las víctimas en sí mismas.

Figura 1 - Hollaback! App, aplicación para contar historias de acoso callejero

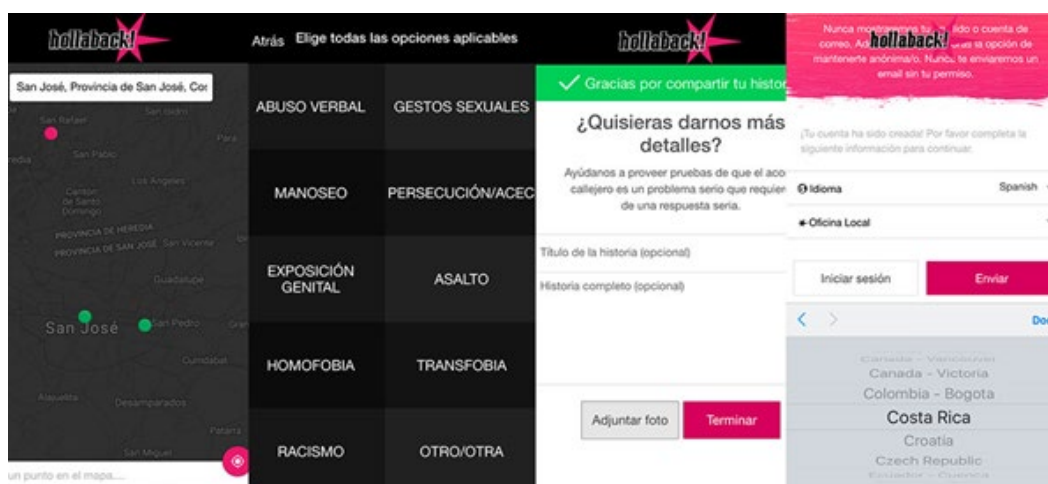
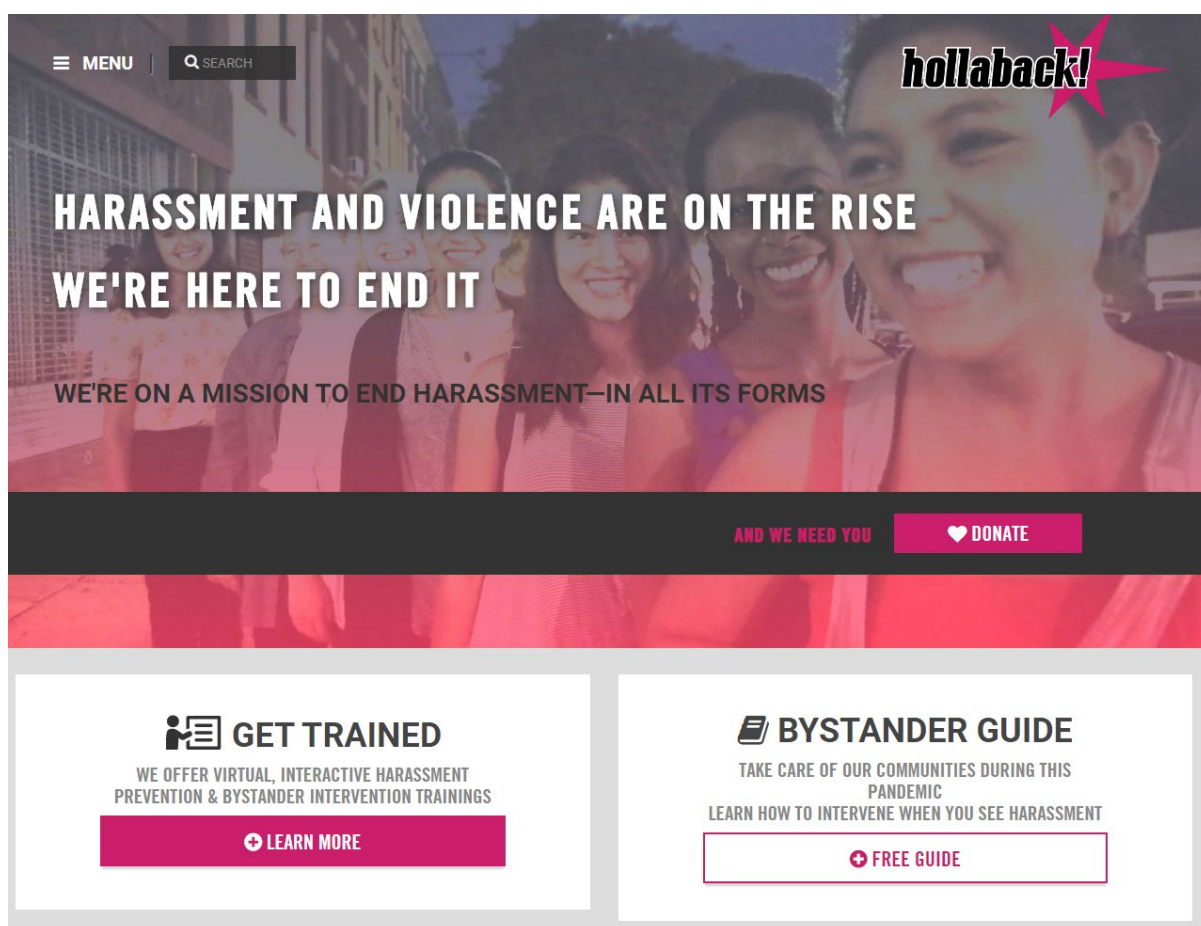


Figura 2 - sitio web de Hollaback



1.1.2 Observatorio contra el acoso callejero Chile (OCAC)

Fundación que se define en su página web como “un equipo multidisciplinario de profesionales que se organizan en seis áreas: Comunicaciones, Asesoría Jurídica, Estudios, Articulación Internacional, Intervención y Gestión y Proyectos”. Impulsa acciones contra el acoso callejero por medio de la organización y trabajo integrado por diversos campos de acción, luchando contra el acoso desde la labor social, estudios, acompañamiento a víctimas, vínculos con otras organizaciones similares a nivel internacional, entre otros.

Aportes

Por medio de su web, el colectivo comparte investigaciones propias y bibliografía relacionada al acoso callejero. Una de sus investigaciones es *Acoso Sexual Callejero: Contexto y dimensiones* (2015), realizada en conjunto con economistas, sociólogos y psicólogos de Chile e Italia (Javiera Arancibia, Marco Billi, Camila Bustamante, María José Guerrero, Liliette Meniconi, Mónica Molina y Pamela Saavedra), en la cual establece los tipos de acoso callejero y la manera en que se consolidan las relaciones de poder en la interacción entre hombres y mujeres en la vía pública; también indagan sobre el impacto que tiene en la vida de una mujer el acoso callejero en su vida cotidiana.

A su vez, ha llevado a cabo campañas en contra del acoso (*#AcosoEsViolencia*, *#NoEsMiCultura*, “*Yo también digo NO al acoso callejero*”) que serán tomados como referentes gráficos del diseño de información en pro de apoyar y orientar a las mujeres víctimas de este tipo de agresiones.

Conclusiones

El OCAC por medio de sus investigaciones, compone un aporte importante a los referentes conceptuales del proyecto, a la vez que evidencia de qué manera el diseño posibilita la denuncia de este tipo de prácticas, y el acompañamiento de las mujeres que han pasado por estas situaciones.

Figura 3 - Campaña de OCAC #NoEsMiCultura



Figura 4 - #RespetoCallejero: Por qué necesitamos una ley contra el acoso sexual callejero



Acoso es Violencia - Observatorio contra el Acoso Callejero

1.2 REFERENTES NACIONALES (INVESTIGACIONES)

1.2.1 Informe de ciudades seguras y espacios públicos seguros para mujeres y niñas (ONU Mujeres, 2019)

En el programa mencionado, se espera que las ciudades participantes “logren un cambio transformador hacia un mayor reconocimiento de la violencia sexual contra las mujeres y las niñas en el espacio público y de sus efectos.” (ONU Mujeres, p.5)

En consecuencia, nace este informe que, según su página web, ONU Mujeres Colombia, “presenta un recorrido por los avances que las ciudades colombianas adheridas en el programa han hecho para hacer de los espacios públicos escenarios libres de violencia basada en género” y “resume los logros de cada ciudad en el marco del programa, con el propósito de compartir estas prácticas promisorias, los resultados y los desafíos persistentes.”

Por otro lado, en el informe se mencionan actividades específicas realizadas en Cali entre 2017-2018, en la que por medio de estrategias educación popular se busca articular a diversas organizaciones sociales y la ciudadanía para reflexionar “sobre las prácticas cotidianas, imaginarios, estereotipos de género que reproducen inequidades, discriminación y violencias.” (ONU Mujeres, p.11) Respecto a estas estrategias, concluyen:

Se contempla también continuar con diálogos públicos, metodología que permite a la ciudadanía reflexionar sobre un tema en particular, habiéndose ya desarrollado uno sobre el acoso callejero: formas, lugares de ocurrencia y efectos sobre la vida de las mujeres y niñas, en el primer encuentro participaron cerca de 40 personas, identificando como necesidad la importancia de darle continuidad en diferentes comunas de la ciudad. (ONU Mujeres, p.11)

Aportes

El informe de ONU Mujeres provee una caracterización del contexto social a nivel nacional y local de las ciudades acogidas al programa, datos estadísticos sobre violencia en lugares públicos y expone su impacto en el desarrollo de la libre expresión de las mujeres y niñas.

A su vez, determina como necesario visibilizar el acoso, caracterizándolo como una "problemática poco reconocida y denunciada" (ONU Mujeres, 2019, p4) y dispone como prioridad proponer acciones para “transformar imaginarios y prácticas cotidianas que reproducen estereotipos, inequidad y violencia de género” (ONU Mujeres, 2019, p22)

Por otro lado, presenta un referente importante en cuanto a dinámicas realizadas en contra del acoso en la ciudad, siendo de las pocas rastreadas en esta búsqueda de antecedentes, y la única con registro de sus actividades y alcances.

Conclusiones

El brochure de ONU Mujeres brinda un panorama completo sobre las violencias ocurridas en espacios públicos en el país y la ciudad, siendo la intervención más significativa encontrada que se esté llevando a cabo. Resulta un sustento valioso para reconocer el acoso callejero como una violencia que requiere visibilización, que es naturalizada y reproducida en nuestros imaginarios de ciudad, y que aportar a su transformación desde la educación y empatía es el camino más adecuado.

Por otro lado, aporta un antecedente de estrategias en contra del acoso en la ciudad por medio de diálogos públicos, sin embargo, es cuestionable el impacto de esta dinámica, pues antes de leer el documento se desconocía su existencia y no se encuentran registros de la misma en otros medios. No es posible definir el alcance o efectividad de esta actividad.

1.2.2 El piropo callejero: acción política y ciudadana (Sofía Carvajal Ríos, 2015)

La comunicadora social de la Universidad Santiago de Cali con maestría en Estudios de la Cultura de la Universidad Andina Simón Bolívar, especialista en temas de ciudad, comunicación, género y cultura digital, presenta en su libro una indagación sobre los orígenes del piropo y la transformación de su percepción en la sociedad con el paso del tiempo. Así, “Este trabajo explora diversos escenarios del piropo callejero. Desde su historia, hasta sus principales rasgos culturales; la forma en la que entran estas iniciativas que lo objetan en Sudamérica, y se detiene en dos experiencias concretas: Bogotá y Quito.” (Carvajal, p.13)

Aportes

Carvajal indaga la transición del piropo como un acto positivo y socialmente aceptado, a ser considerado un problema social, tomado como acoso callejero basado en la desigualdad de género; también muestra la manera en que en los últimos años se ha expresado el rechazo ante este comportamiento, desde lo legal hasta manifestaciones artísticas y el activismo. Establece el piropo como un asunto social que problematiza la relación de las mujeres con el espacio público, y un eslabón en la cadena de violencia de género.

Por otro lado, analiza manifestaciones de rechazo en Sudamérica, centrándose en las experiencias de comunicación del movimiento ¡Atrévete! en Bogotá y la campaña gubernamental “Quiero andar tranquila, calles sin acoso” en Quito.

Conclusiones

Esta investigación brinda un contexto histórico y social, enfocado en Latinoamérica, de los orígenes del piropo y su re significación cultural, descubriendo la problemática implícita en esta práctica. También evidencia la importancia de los movimientos y acciones que unen a las mujeres en contra del acoso callejero, así como el papel del arte y las redes sociales en la lucha contra este fenómeno.

1.2.3 Acoso sexual callejero: un golpe silencioso. Tres miradas sobre esta forma de violencia de género (Ana Gabriela Santamaría Venegas, 2013)

Tesis de pregrado del programa de Comunicación Social de la Universidad Javeriana de Bogotá, presentado y aprobado en el año 2013. Según su autora “La tesis se centra en estudiar el fenómeno a partir de tres ángulos diferentes y pertinentes a la comunicación: la teoría, el periodismo y un trabajo de campo de un caso real.” De esta manera, aborda conceptualmente el problema desde la violencia y el género, revisa la manera en que el periodismo ha abordado la exposición del acoso, y

examina estrategias y proyectos que se han realizado en Bogotá para enfrentar el acoso callejero (Venegas, 2013).

Aportes

A lo largo de la tesis, la autora devela que “la violencia escala rápidamente, y quienes sienten que está bien opinar sobre el cuerpo de un desconocido, a veces llegan a pensar que tienen derecho a tocar, forzar, abusar e incluso a violentar otras personas, como ocurre a diario en la vía pública” (Atrévete Bogotá, citados por Venegas, p.72); que la existencia de penas estrictas dentro del derecho no serviría para disuadir el crimen porque “no se persiguen efectivamente los fenómenos y se celebran las conductas”, y por ende “se trata de cambiar comportamientos micro-sociales concretos” (Buchely citada por Venegas, p. 68).

Así mismo, la abogada Lina Buchely, citada por Venegas (2013) afirma que:

La mejor opción para enfrentar este problema es la regulación de las conductas sociales a través de ejercicios de sensibilización, creación de burocracias callejeras y mayor presencia policial como representación del estado en el espacio público, entre otros. La política pública (...) busca finalmente una visibilización del fenómeno que lleve a una sanción social a ese tipo de comportamientos. (p. 69)

Otro aporte importante que establece en la investigación es que “La exposición de estas historias y comportamientos de forma masiva lo que logra hacer es impulsar procesos que en teoría benefician a las víctimas o le ofrecen respuesta.” (p.85)

Conclusiones

Las conclusiones de Venegas sustentan la importancia de visibilizar historias de acoso callejero al posibilitar la sensibilización de la sociedad, conllevando a una sanción de estas conductas e impulsando la creación de iniciativas que beneficien a las víctimas del acoso callejero.

2. CULTURA SALSERA, IMAGEN DE LA MUJER CALEÑA Y ACOSO CALLEJERO

2.1 Las caleñas son como las flores, ¿Y los caleños?: Estudio sobre estereotipos de género en dos espacios públicos de la ciudad de Cali (Mayra Esperanza Minotta, 2014)

Tesis de grado para obtener el título de Socióloga de la Universidad del Valle, presentado y aprobado en el año 2014, donde la autora describe los mecanismos sociales utilizados para reforzar y/o mantener los estereotipos de género femenino y masculino en espacios de acceso público de Cali. (Minotta, p.7)

Aportes

A través del desarrollo de su tesis, Minotta expresa que gracias a diversos factores (geográficos, climáticos, culturales) la belleza de la mujer caleña se ha convertido en uno de los activos más exhibidos y reconocidos a nivel nacional, lo que ha construido un estereotipo de mujer sensual y provocadora. (p.58)

Además, señala que los espacios públicos, especialmente de esparcimiento y socialización, refuerzan otros estereotipos basados en el género de acuerdo a la manera en que son usados, delegando a la mujer al ámbito de lo privado, el hogar. (p.10) Cuando una mujer sale de estos espacios McDowell (1999) citado por Minotta dice lo siguiente:

Es aquí donde se reestructura y replantea la idea de la mujer ligada al espacio privado (hogar) y correr riesgos al salir de su zona de confort, dado que en este espacio la mujer entra a invadir el espacio público y libre del hombre para participar en sus actividades y luchar por superarlo, convirtiéndose en las llamadas 'transgresoras'.

Conclusiones

La tesis de Minotta aporta una idea de la manera en que se ha construido la imagen de la mujer caleña, en torno a estereotipos de sensualidad y confinamiento a lo privado, de tal manera que aquellas que salen de su espacio convencional, deben estar dispuestas a pelear por darse su lugar, y tolerar el acoso producto de su supuesta actitud provocadora y sensual.

2.2 Representación de mujer en el discurso de la salsa romántica de los años 1985 al 1990 (JENNIFER PEREZ FLOREZ, WILLIAM MAY PÉREZ, 2014)

Investigación realizada en el Programa de Lingüística y Literatura de la Universidad de Cartagena, con el objetivo de evidenciar las representaciones sociales sobre “la mujer en un corpus de canciones de música salsa durante el periodo de 1985 a 1990, las cuales se basan en su confinamiento a los espacios privados (el cuarto, la alcoba, la casa), en la dicotomía mujer frágil/mujer mala, y en la cosificación, es decir, la reproducción de su esencia como sujeto se resume a los placeres o encantos que brinda su cuerpo.” (Flores & Pérez, 2014, p.1)

Aportes

El estudio revela las dinámicas de poder entre hombres y mujeres subyacentes en la salsa, ritmo en el cual la mujer se ve “subyugada por un discurso patriarcal, el cual sabemos naturaliza y asigna los roles y conductas de acuerdo al género” (Flores & Pérez, 2014, p.2)

Por medio de modelos y metodologías pertinentes a su área de estudio, dictan que “el discurso patriarcal ejerce su influencia en el plano de la sexualidad, de las relaciones entre hombres y mujeres que son inherentes a la vida social.” (p.3) A esto los autores agregan:

Sabemos que en las canciones el cuerpo femenino es cosificado, la mujer solo es valorada en términos de sexualidad y como instrumento del placer

masculino, es entonces la mujer interpretada como objeto sexual. El discurso androcéntrico culturalmente representa a la mujer en forma dicotómica en primera instancia como un ser bondadoso, puro y sometido a los intereses masculinos y por otro lado es expuesta como un ente maligno y desenfrenado que incita al pecado, llamada en las líricas bruja, hechicera o pecadora, esta es la consigna del tópico mujer Eva/mujer María. (p.5)

Conclusiones

Siendo la salsa parte del patrimonio cultural de Cali, es entendible que los tópicos de este género permean los imaginarios de la sociedad caleña, sirviendo de espejo, y determinando aquellos valores que consciente o inconscientemente se asignan al cuerpo femenino en relación a su entorno y el género opuesto.

Este análisis de la imagen de la mujer reproducida en las canciones emblemáticas de un género que ha criado y acompañado a generaciones enteras de la ciudad, puede quizás dar una explicación de las actitudes machistas, que posteriormente se traducen en acoso callejero y violencia.

Por último, hace énfasis en la cosificación de la mujer, como instrumento, objeto desprovisto de voluntad e identidad, borrando al ser que hay detrás, tal como ocurre con el acoso callejero.

3. DISEÑO GRÁFICO- ACOSO CALLEJERO- REIVINDICACIONES SOCIALES

Antes de extenderse en este apartado, cabe destacar que previamente fueron mencionadas estrategias y herramientas desarrolladas por los colectivos previamente mencionados, en las que el diseño gráfico interviene activamente, como el diseño web, aplicaciones, diseño de información, entre otras, que no se repetirán en esta sección.

3.1 Campañas en espacios públicos

En este apartado se dan por incluidas aquellas campañas realizadas por colectivos y entes gubernamentales mencionadas previamente, pero no se explorarán pues ya se habló de ellas.

3.1.1 “¡Hombres!, aprendan a escribir para que dejen de acosar a las mujeres” (Editorial Larousse, 2017)

Campaña llevada a cabo por la editorial Larousse en la Ciudad de México con el fin de combatir el acoso callejero hacia las mujeres. Expone en medios de gran formato y lugares concurridos respuestas contra los piropos y comentarios machistas (El Tiempo, 2017). Su intención es generar identificación entre las mujeres mientras es directa con su mensaje para cada hombre que lo ve.

Aporte

La campaña es un referente en cuanto a tono de comunicación y maneras de intervenir espacios para exponer el problema. Emplea un tono sarcástico, no temen ser directos y concisos, o hacer burlas a aquellos que incurren en las actitudes señaladas. No teme ser agresivo, por medio del uso de una tipografía serif y copys cargados de indignación y sarcasmo.

Conclusión

Se puede entender de esta campaña, que para sentir empatía por la manera en que el acoso afecta a la mujer es necesario entender qué piensa. El tono de comunicación es importante, es necesario ser enfático en el rechazo a estas actitudes.

Figura 5. Campaña Larousse México



3.1.3 Movimiento Imprint - Campaña contra el acoso callejero en Egipto

En el año 2012 el movimiento Imprint, colectivo egipcio que lucha contra las agresiones sexuales por medio de intervenciones en espacios públicos y universidades, realizó una campaña contra el acoso callejero en las estaciones de metro en Egipto, exhibiendo viñetas de cómics del dibujante egipcio Ahmed Nadir (Carrión, 2015).

Aportes

En el cómic se visibilizan los desafíos que enfrentan las mujeres y niñas diariamente con el acoso, la acusación de culpabilidad a la víctima por parte de la sociedad, en qué medida se sienten inseguras en el espacio público, sus reflexiones personales y cómo el acoso afecta a la sociedad entera a través de viñetas.

El método ha sido elogiado como novedoso y creativo por organizaciones homólogas en otras partes del mundo pues exponen esta problemática de una forma no convencional. Según Abdel Fattah al-Sharkawy, co fundador de la organización, se diferencian de los anuncios típicos de servicio público porque se basan en la narración de historias en lugar de consignas propagandísticas, por lo que " hacen pensar y formar una opinión" (The Guardian, 2015), generando una conexión e identificación con los lectores y sobre todo las mujeres.

Conclusiones

Los creadores del proyecto reconocen como acertado este canal de comunicación por sus características visuales y narrativas; describiendo al cómic como atrapante y colorido, lo que permite atraer a gente de todas las edades a explorar las historias que cuentan; resaltando la importancia de la narración gráfica al ser un medio para iniciar una conversación e introducir temas difíciles, complejos o desconocidos para una amplia audiencia, algo vital cuando se trata de comunicar problemáticas sociales.

Figura 6 - Cómic ubicado en la estación de metro del Cairo



Figura 7 - Detalles del Cómic ubicado en la estación de metro del Cairo



3.2 El cómic como medio de visibilización

3.2.1 Sólo es un piropo. Un libro sobre el acoso (María Stoian, 2016)

Novela gráfica de la ilustradora Maria Stoian, ilustradora y diseñadora gráfica ganadora del premio a la mejor Novela Gráfica por la Scottish Independent Comic Book Alliance en 2016. Se trata de una compilación donde se exhiben relatos sobre acoso y violencia sexual recopilados de forma anónima en línea, y algunas otras a través de entrevistas.

Aporte

Citando la sinopsis del libro otorgada por la editorial Océano Historias gráficas:

Esta compilación de relatos sobre acoso y violencia sexual resulta muy oportuna en nuestros días, cuando este tema ha encontrado un importante canal para su denuncia en las redes sociales, ya que estas se han convertido en un espacio de desahogo para muchas víctimas. (Océano Historias Gráficas, s. f.)

Sobre su trabajo, la autora explica que “invita a abrigar esperanzas que, al compartirlas (las historias de acoso), ayudemos a las víctimas a superar lo sucedido y a crear una sociedad que no tolere la violencia sexual”.

Conclusiones

La novela gráfica de Stoian cubre los mismos tópicos e intenciones del presente trabajo. Es un referente gráfico y metodológico, a la vez que acredita la visibilización de historias de acoso callejero por los aportes a mejorar la problemática previamente señalados.

Figura 8 - Portada 'Sólo es un Piropo, un libro sobre acoso'



Figura 9 -Páginas internas 'Sólo es un Piropo, un libro sobre acoso'



3.2.3 Virus Tropical (Power Paola, 2009)

En *Virus Tropical*, Paola Gaviria convierte sus experiencias familiares en una historia capaz de generar reflexiones en sus lectores. (*La Silueta – Colombia | VIRUS TROPICAL*, s. f.)

Aportes:

Analizado por la Dra. Claudia Andrade Ecchio¹, se describe esta novela gráfica como:

Un auto cómic de formación, pues aborda la infancia y adolescencia de su protagonista, hija de un ex sacerdote y de una madre mística, cuyo viaje de Quito a Cali, a nivel simbólico, representa el recorrido desde el sometimiento a las normas de la sociedad patriarcal hacia la autoconsciencia y la rebeldía. Dado que se trata

¹ Dra. en Literatura chilena e hispanoamericana, Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.

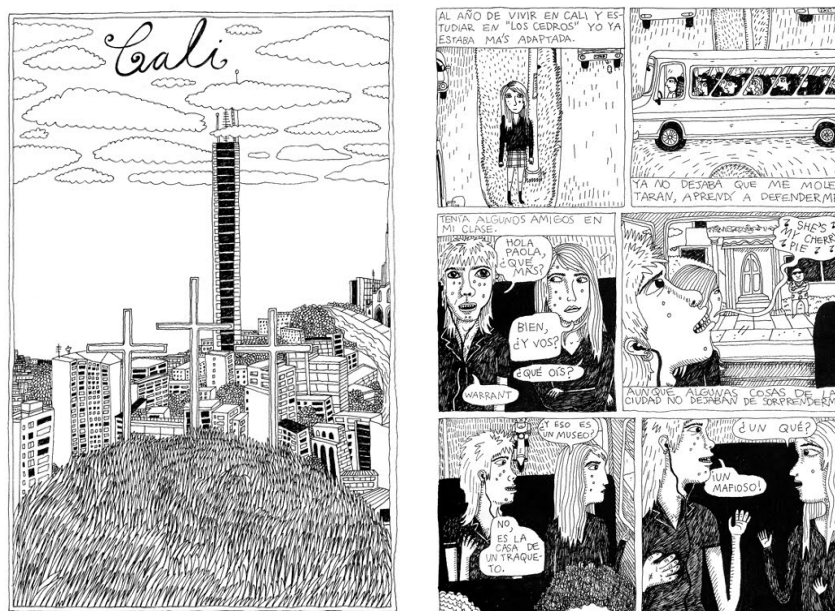
de una auto ficción biográfica, el yo-gráfico va cambiando a medida que el personaje principal crece, lo que permite apreciar sus transformaciones físicas con el paso de los años. A esto añade lo siguiente:

Lo más interesante de esta obra gráfica, en términos de reflexión en torno a la identidad femenina, es la presencia de un yo-enunciador que cuestiona abiertamente la construcción simbólica androcéntrica que legitima y naturaliza la subordinación de la mujer. La niña, incluso antes de nacer, es catalogada por un facultativo como un "virus tropical", situación que, si bien se presenta con cierta jocosidad, muestra de manera concreta una mirada acerca de lo femenino como 'una enfermedad infecciosa'. (ANDRADE ECCHIO, 2019, p. 19)

Conclusiones:

La obra de Power Paola, y el artículo de Ecchio, **dan** cuenta de cómo las narrativas visuales producidas por mujeres en Latinoamérica se han convertido en un espacio de cuestionamiento y denuncia respecto a cuestiones sociales que las afectan directamente, desde una perspectiva personal.

Figura 10 - Viñetas de 'Virus Tropical'



3.2.4 Palestina (Joe Sacco, 1993)

Palestina nace de las observaciones y vivencias de Joe Sacco: visitas a mercados, entrevistas con prisioneros, manifestantes, agricultores y enfermos en hospitales; sumergiéndose en la vida y la cultura de los habitantes de Gaza y Cisjordania. (*Planeta de Libros*, s. f.)

Aportes

Respecto a su obra, Sacco hace las siguientes afirmaciones ante el portal web *Público*: "Las viñetas tienen fuerza, incluso en el sentido periodístico, porque los lectores están ahí, en Gaza. Pueden sentir la atmósfera con dibujos" y "Este libro es una manera de dar voz a los palestinos, mostrar sus vidas, ¡mostrar que son seres humanos!" (Fourmont, 2010)

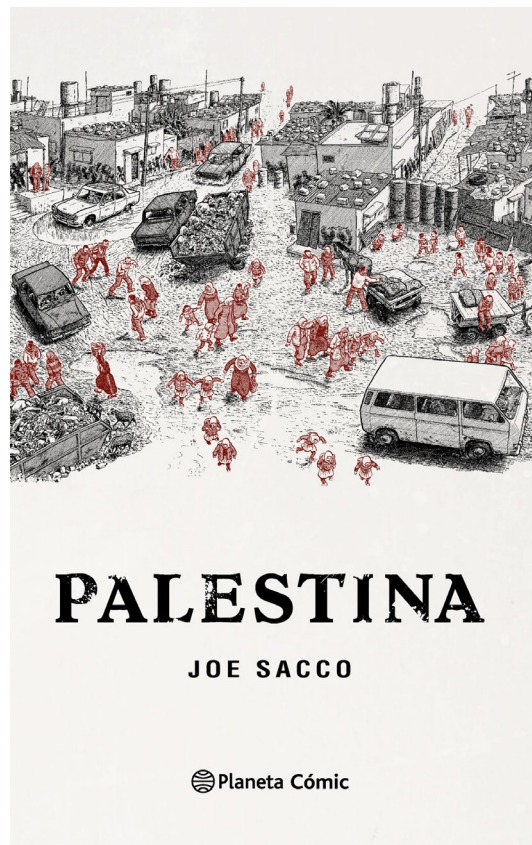
Por su parte, La editorial Planeta de Libros comparte lo siguiente:

Uno de los mejores trabajos políticos e históricos publicados en los últimos años. heredera directa del nuevo periodismo y pieza clave de la corriente autoral conocida como periodismo historietístico, esta novela gráfica no solo constituye un excepcional documento etnográfico, una ácida crónica de la época y una visión personalísima sobre un conflicto eternizado, sino también un libro valioso y relevante para entender el papel que Oriente Medio juega ahora, al igual que entonces, en la geopolítica contemporánea. (*Planeta de Libros*, s. f.)

Conclusiones

La novela gráfica de Joe Sacco es un ejemplo de cómo la narración gráfica es un medio pertinente y elogiado para visibilizar problemas sociales, facilitar entender el contexto de aquello que denuncia a un público masivo, y generar un mayor impacto por medio de los recursos expresivos del lenguaje visual.

Figura 11 - Portada de 'Palestina'



3.3.5 Acoso Callejero (Devil Katy - Caterina Salazar Maturana)

Fanzine creado por Devil Katy, ilustradora y dibujante de cómics, como medio de expresión en contra del acoso callejero, partiendo de su motivación personal y sus propias experiencias, y “la necesidad de denunciar esta práctica social que se justifica en muchos países bajo el discurso de la idiosincrasia” (Cubides, 2020)

Aportes

Según Cubides (2020), haciendo referencia a las palabras de la autora “una viñeta facilita la intención de transmitir cualquier tipo de sensación, razón por la cual, resalta la riqueza del cómic al permitir combinar la narrativa con la imagen.” Por otra parte, habla respecto al medio de difusión de las historias, el fanzine como “una buena

MARCO TEÓRICO

Dado que este trabajo relaciona al acoso callejero hacia mujeres con el diseño gráfico es necesario definir algunos conceptos para comprender la problemática y delimitar desde lo conceptual algunos criterios que permitan abordarla, en aras de proponer una respuesta o un tratamiento a esta situación.

VIOLENCIA DE GÉNERO

Según la Encuesta Nacional de Demografía y Salud ENDS² (2015) este concepto se entiende como:

Cualquier acción, omisión, conducta o amenaza que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial a las personas, afectaciones a sus familias e impactos a las comunidades, basadas en desigualdades, inequidades y discriminaciones por razones de género. Se presentan tanto en el ámbito público como en el privado, y se manifiestan en las relaciones que sobrevaloran lo masculino y subvaloran lo femenino (entre hombres y mujeres o hacia personas con identidades de género u orientaciones sexuales no normativas) (p.395)

Dentro de este tipo de violencia existen clasificaciones según el agresor y el espacio donde ocurre la agresión, teniendo la violencia de pareja, infantil, y ocurrida en otros ámbitos, siendo esta última en la que nos enfocaremos pues se refiere a aquellos actos violentos ejercidos por personas diferentes a la pareja y por fuera del hogar. Dentro de este tipo de violencia se encuentra el acoso callejero.

² La Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDS) es un documento publicado por Profamilia cada cinco años desde 1990, en el que se recoge información sobre la dimensión, estructura, evolución, dinámicas y características generales de la población colombiana en el ámbito de salud sexual y reproductiva y otros temas relativos a la salud. En el año 2015 entrevistó a 38.718 mujeres de 13 a 49 años (86.6%) y 13.761 mujeres de 50 a 59 años (94.4%), teniendo una representatividad nacional, regional, subregional, departamental y con un enfoque en las 4 ciudades principales del país: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

ACOSO SEXUAL CALLEJERO

Se entiende como el conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, silbidos, sonidos de besos, tocamientos, masturbación pública, exhibicionismo, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un evidente carácter sexual. Revelan relaciones de poder entre géneros, pues son realizadas sobre todo por hombres y recaen fundamentalmente sobre mujeres, en la mayoría de casos desconocidas para ellos. Cabe destacar que no se trata de una relación consentida y se realizan en la vía pública o en (desde) el transporte público o privado, de manera rápida e intempestiva. (IOP Pontificia Universidad Católica del Perú et al., 2013, p.2)

Por su parte Heben (1994), citada por Stop Street Harassment³ [SSH] (2015) diferencia 3 categorías de acoso callejero:

1. **Grave:** Referencia sexualmente explícita al cuerpo de una mujer o actividades sexuales, blasfemias dirigidas a una mujer por su género, cualquier comentario que encaje en estas categorías combinado con insultos raciales o étnicos, cualquier comentario que se ajuste a cualquiera de estas tres categorías combinadas con referencias a la posible homosexualidad de una mujer, actos físicos como seguir a una mujer, arrojarle cosas, pellizcarla o golpearla.
2. **Moderadamente severo:** Insinuaciones sexuales, referencias al género o cuerpo de una mujer que no son sexualmente explícitos.
3. **Menos grave:** Mirar fijamente de manera intimidante, silbando, todos los demás comentarios que los hombres hacen a las mujeres en vía pública que son innecesarios.

³ Stop Street Harassment (SSH) es una organización sin ánimo de lucro dedicada a documentar y poner fin al acoso callejero basado en género basada en Washington D.C

HISTORIA DE VIDA

Farraotti (2011) establece en “La historia de vida como método” que la construcción de memoria, o más bien, “memorias históricas”⁴ a partir de personas, sujetos de estudio, que comparten sus vivencias, no sólo es válido, sino necesario para superar brechas históricas y sociales.

Según el autor:

“La historia de vida es un texto. Un texto es un ‘campo’, un área más bien definida. Es algo ‘vivido’: con un origen y un desarrollo, con progresiones y regresiones, con contornos sumamente precisos, con sus cifras y su significado (...) La historia de vida puede ser vista, desde esta perspectiva, como una contribución esencial a la inteligencia del contexto. (Farraotti 2011, p. 8)

De esta manera, afirma que “Es justo a la comprensión profunda, y no sólo a la descripción de los contornos externos, para lo que sirven las “historias de vida.”(p.3) Así, estas memorias que son objetos de estudio, y parten por lo general de “áreas problemáticas” de la historia de vida (abandonos, trabajo, sexualidad, etc.) son insumos que dan luz sobre estos acontecimientos esquivos, propios de los conflictos sociales, que se validan en sí mismos, pues representan la percepción intransferible e incuestionable de quienes los vivieron.

RELATO TESTIMONIAL

El insumo principal de este proyecto son las experiencias de acoso callejero que se recopilen, por ello es pertinente entender los alcances e implicaciones que tendrán una vez compartidas. Como se estableció anteriormente, las historias de vida de los participantes de determinados contextos históricos y sociales son recursos para la construcción de memorias históricas, sin embargo, es relativamente reciente la

⁴ Según Ferraoiti sociólogo italiano, “Quizá se habla demasiado fácil de memoria histórica” dado que la memoria es un concepto con contornos difusos y cambiantes, por ello propone referirse a “memorias” entendiéndolas como una realidad plural y dinámica (p.8)

instauración del testimonio como relato, abriéndose paso como una nueva categoría en este tipo de narraciones.

Para ello, se define en primer lugar el concepto de relato. Kamaji⁵ (2007) en “El testimonio: una forma de relato” recurre a Ricoeur (“*Tiempo y Narración*”, 1985), quien establece que “el relato es representación de acciones humanas encadenadas lógico-temporalmente.” (p.114) Por su parte, un relato existe donde hay una transformación de un estado de cosas anterior y donde hay un narrador, y citando de nuevo a Ricoeur (1985), define “entonces, todo relato constituye una configuración del tiempo y de la acción.”

Comprender la importancia del relato en la memoria histórica es esencial, pues “el relato parece ser la expresión privilegiada de la memoria, es decir, que no existiría la memoria sin relato”. (Trujillo⁶ 2008) A partir de ello, tenemos dos categorías tradicionalmente conocidas: el relato histórico y el relato ficcional. Respecto al primero, Kamaji (2007) comenta:

Para Ricoeur, el rasgo capital del relato histórico está constituido, como señalamos, por sus pretensiones de verdad, de señalar lo que ha sucedido en tanto tal. Ahora bien, el relato histórico es relato en la medida en que contiene representaciones de acciones humanas organizadas lógico-temporalmente y contiene un narrador, valga decir, que tiene que ser necesariamente en tercera persona (...) a su vez el relato histórico tiene que ser heterodiegético y a diferencia de la ficción no puede ni debe dar a conocer la conciencia de los personajes. (p. 115)

Por su parte, el relato de ficción, pese a que expone la realidad, lo hace de maneras distintas al histórico, alejándose de contar las cosas tal y como fueron, para exponer de qué manera los implicados vivieron “esas cosas”, así:

⁵ Dra. Greta Rivera Kamaji, licenciada, maestra y doctora en Filosofía por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM

⁶ Elsa Blair Trujillo Socióloga, PhD. en Sociología de la Université Catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve, Bélgica, 1996. Docente-Investigadora del Instituto de Estudios Regionales de la Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia.

La señal de la ficción consiste en las posibilidades que ésta genera para desplegar distintos modos de dar cuenta de la conciencia, esto es, la ficción, a través de sus diversas técnicas, es la instancia capaz de iluminar el mundo interior, es el sitio privilegiado en el cual el mundo interior se hace transparente. Se muestra: la enorme complejidad y ambigüedad de la psique humana logra ser expresada, Y el universo de la vida interior de la conciencia, que se manifiesta por obra de la ficción (Hamburguer, K (1998) & Kohn, D. (1999) citados por Kamaji (2007) p.4)

Como vemos, existe una dicotomía entre objetividad/subjetividad en los relatos mencionados. Entendiendo esto, podemos abordar el relato testimonial, figura que nace en el siglo XX producto de los testimonios en los campos de concentración. Estos relatos surgidos en la posguerra se convirtieron en documentos y punto de partida para analizar históricamente lo ocurrido.

Ahora bien, el relato testimonial adquiere características del relato histórico y el ficcional, creando una nueva categoría que supera la dualidad previamente mencionada. Kamaji (2007) menciona:

El relato testimonial, específicamente al que me refiero, es el entrecruzamiento del relato histórico y el de ficción y lo es en un primer y básico nivel, sus pretensiones: busca veracidad, tiene pretensiones de relatar lo acontecido efectivamente pero he aquí el rasgo que excede al mero relato histórico y constituye el entrecruzamiento que mencioné, también busca dar claridad, transparencia al mundo interior y ésta no es una característica periférica del relato testimonial sino que, junto con la primera constituye su columna vertebral, siendo la primera característica un rasgo del relato histórico y la segunda, un rasgo del relato de ficción. (p.115)

Gracias a ello, podemos entender que la narración de testimonios es clave al momento de contar realidades o sucesos invisibilizados, y la libertad que ofrece en la exploración de las perspectivas subjetivas de los testigos se puede traducir posteriormente en una riqueza gráfica, al trasladarlos al lenguaje visual.

MICRORRELATO

Si bien son múltiples los factores para definir en plenitud al micro relato, tomaremos en consideración dos en específico, compartidos por Leyton en “Una visión de lo transnacional en la nueva narrativa latinoamericana: el micro relato colombiano, argentino y chileno.” (2008) Estos son su aproximación a una definición del micro relato y la brevedad implícita del mismo.

Son varias las denominaciones que adquiere este género narrativo, hecho que para sus estudiosos es muestra de la inestabilidad y compleja clasificación de su naturaleza. Francisca Noguero, en “Micro relato y posmodernidad: textos nuevos para un final de milenio”, citada por Leyton (2008) afirma que el establecimiento del canon del micro relato es paralelo a la instauración del concepto de la estética posmoderna; a su vez comparte algunas de sus denominaciones: “micro-relato”, “semicuento”, “ultracuento”, “ficción súbita”, “caso”, “crónica” (Brasil), “artefacto”, “varia invención”, “textículo”, y en Estados Unidos “short short story” o “tour minute fiction”. (p. 11)

Sin embargo, pese a esta diversidad de nombres, se destaca el aporte de Violeta Rojo, citada por Leyton (2008), que afirma:

“Creo posible que esta forma, a la que no podemos dar nombre definido, sea una forma indefinida (des-generada, como ya hemos dicho), pero no sólo en el sentido de que sea un cuento que puede adoptar proteicamente formas de otros géneros. Más bien lo que planteo es que estos textos (a los que por el momento llamaré minis) pueden pertenecer a cualquier género pasado, presente y futuro. Es posible que sean o no cuentos, incluso que no sean relatos tampoco, sino simplemente textos escritos, en los que hay un enunciado, ya sea narrativo (no necesariamente ficcional), reflexivo o descriptivo, entre muchas otras variantes. Siempre que haya un texto muy breve que comunique algo (ya sea literal, irónica, intertextual o paródicamente) y que su sentido esté completo en sí mismo, estamos ante uno de estos ejemplos. (p. 13)

De esta forma, el micro relato no corresponde a una denominación o género definido, pudiendo separarse de las reglas de la narrativa tradicional del cuento.

Por su parte, respecto al concepto de brevedad, que, de manera similar a su denominación, es variado y complejo de definir. Rojo (2004) Citada por Leyton (2008) comenta:

“Para Bustamente y Kremer, así como para Borges y Bioy puede llegar a 3 páginas; Epple, Zavala, Brasca, Gonzáles, Valadés y González Irabia no pasan de las 2; Fernández Ferrer se mantienen en 1. Podemos coincidir en que para que sean considerados verdaderamente breves la longitud máxima deberá ser de no más de 3 páginas” (p.23)

Teniendo en cuenta lo anterior, estamos ante un género diverso, en el que encajan múltiples temáticas y narrativas, en las que la inmediatez y la ausencia de adornos innecesarios, en pro de la comunicación puntual son su principal característica. Entendiendo ello, se procede a establecer la relación entre el micro relato y el lenguaje visual del diseño.

NARRACIÓN GRÁFICA Y CÓMIC

De entrada, se toma la definición de conceptos de Will Eisner⁷ (1996).

Narración Gráfica: Descripción genérica de cualquier narrativa que se sirve de la imagen para transmitir una idea. Tanto el cine como el cómic recurren a la narración gráfica. (p. 6)

Cómic: Despliegue secuencial de dibujo y globos dialogados, particularmente la propia del comic books. (p. 6)

Entendiendo estos conceptos, se establece la relación del lenguaje visual con la narración de relatos, destacando que en esta instancia la imagen pasa a complementar o en algunos casos reemplazar la palabra escrita. Según Weisner, “el cómic es, por esencia, un medio visual compuesto de imágenes”, pues son ellas las que cargan con el peso de la descripción, debiendo ser comprensibles para todos, y realizadas con la intención de imitar o exagerar la realidad. (p.5)

⁷ Will Eisner. Reconocido historietista, considerado mundialmente como el maestro de la narración en cómic.

Sin embargo, pese a la gran responsabilidad y conocimiento técnico y teórico que conlleva la realización de un cómic, es un formato que aún en la actualidad busca reivindicación y respeto como método alternativo para la narración de relatos. Respecto a esto Eisner comenta:

En nuestra cultura, el cine y los cómics son los dos puntales más importantes que se sirven de la imagen para contar una historia. Ambos medios emplean la sucesión de imágenes, así como el texto o diálogo. Pero igual que el cine y el teatro hace mucho que gozan de excelentes referencias, el cómic sigue forcejeando por hacerse reconocer como medio de expresión artística. Pese a sus más de noventa y nueve años de rodaje, todavía se le sigue considerando como un medio literario problemático. (p. 3)

Debido a los cambios de paradigmas en la manera de comunicarse, la proliferación del uso de imágenes fue propulsada por el crecimiento de una tecnología que exigía cada vez menos letra que leer. Es innegable admitir que el cómic es producto de esta revolución de la imagen (p. 3), sin embargo, este resulta ser precisamente su punto débil, pues “como resulta tan fácil leer cómics, éstos se han ganado la reputación de ser algo propio de gente de pocas luces y de coeficiente intelectual limitado.” (p.4) Sin embargo, los movimientos de historietistas underground interesados en abarcar temáticas más allá de “ofrecer una excitación sexual y una violencia disparatada” y centrarse en el desarrollo de historias, propulsaron un cambio en la perspectiva del cómic:

Entre los años 1965 y 1990, los cómics se esforzaron por alcanzar un serio contenido literario: La autobiografía, las reivindicaciones sociales, las relaciones humanas y la historia eran temas por los que ahora se interesan los cómics. Empezaron a proliferar las novelas gráficas dirigidas a “los adultos”. (Eisner, 1996, p.4)

FANZINE

Continuando con los canales que narran historias por medio del lenguaje visual, se llega al fanzine. Citando a Aída Analco Martínez⁸ (2007), el fanzine es “una publicación informal hecha de manera artesanal por jóvenes de diferentes identidades juveniles.” (p. 73) Su nombre puede traducirse como revista para fans (fan de admirador, aficionado y zine de magazine, revista en inglés.)

Al indagar en su historia, se encuentra que el primer fanzine del mundo apareció en 1930 en Estados Unidos: The Comet, publicado por aficionados a la ciencia ficción. Desde ese momento la práctica se extendió por todas las grandes urbes y fue adoptada por jóvenes de todo el mundo. (Martínez, 2007, p.73)

Los temas son diversos: *fanfiction*, política, arte, diseño, etc. Cuyo objetivo es usualmente encarar temas contraculturales y discutir ideas desde varios puntos de vista dado su carácter independiente, por lo general dirigidos a grupos sociales específicos. (García⁹, 2014)

El fanzine ofrece una experiencia estética e ideológica, que se nutre de muchos recursos, materiales caseros, la fotocopia, el collage y el cómic, con el cual tiene una relación estrecha para narrar su contenido: temáticas personales y pertenecientes a una cultura underground. Sin embargo, a diferencia del cómic profesional, cuenta con recursos mínimos pero una mayor libertad editorial, permitiendo que la distancia entre autor y lector sea prácticamente nula al eliminar los intermediarios, y que con el mínimo gasto se pueda llegar a una cantidad de público bastante elevada. (García, 2014)

Sin embargo, pese a su naturaleza contestataria, la participación de la mujer en el entorno fanzinerio fue prácticamente inexistente, sin embargo:

Esto comenzó a cambiar en 1991 cuando unas mujeres norteamericanas, cansadas de ver la escena musical y artística liderada por ellos, hicieron el

⁸ Investigadora y docente de la Universidad Autónoma de México. researchgate.net [Recuperado de] https://www.researchgate.net/profile/Aida_Analco-Martinez

⁹ García, Alba (2014) presenta ‘El fanzine: autobiográfico: Manías, rarezas y obsesiones’ como proyecto de producción artística para obtener el grado en Bellas Artes de la Universitat Politècnica de Valencia.

que se conoce como el primer fanzine creado por mujeres y para mujeres. Decidieron unirse bajo la etiqueta de Riot Grrrl y crear revistas rústicas y fanzines de protesta donde hablaron de feminismos, política, rock, punk y ruido. (Yepes¹⁰, 2020)

En la actualidad, se ha convertido en un medio para difundir sus posturas y alcanzar a mujeres de toda clase alrededor del mundo. Frente a ello Andrea Galaxina¹¹ comenta lo siguiente:

Ha servido, para muchas, como espacio de socialización y de construcción de identidades, para reafirmarse, empoderarse y para poder hablar de cuestiones de las que era muy difícil hablar en otros lugares. Los fanzines han sido y son una herramienta, pero también, en muchas ocasiones, la materialización del activismo cultural feminista. (Citada por Álvarez, 2019)

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Gracias a los objetivos planteados en este proyecto, se toman como apoyo técnicas de la investigación cualitativa para el desarrollo de algunas fases del mismo.

Según Bonilla y Rodríguez (2000), las investigaciones de enfoque cualitativo de definen como “un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” como se cita en Palencia (s.f, p.54).

Para este trabajo es fundamental conocer de primera mano la forma en que el acoso callejero afecta a las mujeres de la ciudad, sus reacciones, pensamientos y emociones implícitas en sus testimonios, por ello se recurre a la guía de la investigación cualitativa, teniendo en cuenta algunos de sus rasgos más

¹⁰ Yepes, A. U. (2020). Para la *Revista Bacánika*.

¹¹ Andrea Galaxina - Andrea Díaz Cabezas- es licenciada en Historia del Arte y está especializada en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual. También lleva el departamento de fanzines de la Biblioteca de Mujeres. (Álvarez, 2019)

característicos, que según Hernández, Fernández y Baptista (2006), citados por Palencia (s.f, p.57), son:

- Estudia varias realidades subjetivas, disímiles entre individuos, grupos y culturas, por cuanto el mundo social es relativo.
- Se admite ser subjetivos.
- Las metas de la investigación implican describir, comprender e interpretar los fenómenos en la experiencia de los participantes.
- Generalmente se usan unos cuantos individuos como muestra por lo que no existe representatividad estadística.
- Pueden usarse diversas técnicas para la recolección, no necesariamente con instrumentos estandarizados.
- La presentación de los datos se realiza a través textos, imágenes, piezas audiovisuales, etc.

Algunas de las técnicas habitualmente empleadas (Clark-Carter, 2002) incluyen estrategias como la entrevista a profundidad, los grupos focales y de discusión, y análisis del discurso (verbal, gestual, escrito, gráfico, etc.) (Palencia, s.f) que son útiles para recolección y análisis de los testimonios, y su adaptación al lenguaje gráfico.

Teniendo en cuenta lo anterior, se establecen 6 fases que van desde la recopilación de las historias de acoso callejero, la comprensión del entorno en el que suceden los hechos; un acercamiento más profundo a los testimonios por medio de grupos focales; la definición de un sistema gráfico por medio de la unión de valores obtenidos en las fases previas; la producción del material gráfico, y, por último, muestras para evidenciar el alcance del trabajo.

1. FASE 1 - RECOPIACIÓN DE HISTORIAS DE ACOSO CALLEJERO

1.1 Precisar el medio: Encuesta cualitativa en línea

Pese a que el término encuesta cualitativa sea poco empleado en los textos de metodología, y es más usado de manera informal, Jansen (2012) reivindica y

enmarca en este término a la entrevista semiestructurada, medio por el cual los estudios cualitativos que describen la diversidad de ciertos saberes o comportamientos en una población, adquieren conocimientos con una pequeña muestra de los miembros de dicha población. El autor afirma:

El tipo de encuesta cualitativa no tiene como objetivo establecer las frecuencias, promedios u otros parámetros, sino determinar la diversidad de algún tema de interés dentro de una población dada. Este tipo de encuesta no tiene en cuenta el número de personas con las mismas características (el valor de la variable) sino que establece la variación significativa (las dimensiones y valores relevantes) dentro de esa población. En resumen, la encuesta cualitativa es el estudio de la diversidad (no de la distribución) en una población. (Jansen, 2012, p.43)

La información que se requiere obtener de la encuesta cualitativa define su clasificación; así, si desean obtener datos específicos, se trataría de una encuesta pre-estructurada (homóloga de la entrevista semi estructurada). “En la encuesta pre-estructurada, algunos de los temas, dimensiones y categorías principales se definen de antemano, y la identificación de estos temas en las unidades de investigación se rige por un protocolo estructurado de cuestionamiento u observación.” (Jansen, 2012, p.45)

Teniendo en cuenta lo anterior, se recurre a la técnica de encuesta cualitativa pre estructurada para obtener los testimonios de acoso callejero, así como información sobre las víctimas que servirá para visualizar las impresiones generales que surgen de esta problemática y las experiencias vividas. Se determina realizarlas de manera virtual dada la versatilidad que ofrecen las herramientas en línea para acercarse al público objetivo, y la practicidad al momento de levantar los datos.

1.1.2 Diseño de la encuesta cualitativa pre estructurada

La encuesta se realizó en la plataforma *Google Forms*¹² y estuvo disponible por un periodo aproximado de 3 meses, se envió directamente a las voluntarias y se les solicitó, si era su deseo, compartirla. También se contactó a páginas feministas¹³ de la ciudad de Cali por medio de Facebook para aumentar el alcance del cuestionario. A continuación, la construcción de la encuesta y algunas imágenes de referencia sobre su visualización. (Anexo 1: Cuestionario Virtual Google Forms)

Figura 14 -Construcción de la Encuesta Cualitativa

CONSTRUCCIÓN DE LA ENCUESTA	
PREGUNTA	OBJETIVO
¿Cuál es tu edad?	Conocer en qué rango de edad se encuentran las encuestadas (14-16 años, 17-20, 21-24 y 25 años en adelante.)
¿Cuál es tu estrato socio económico?	Identificar el nivel predominante de las encuestadas para evaluar en qué sector se presentan más casos.
Teniendo en cuenta su definición, ¿Has sufrido de acoso callejero por parte de algún hombre?	Hacer una selección de aquellas que se hayan visto afectadas por el problema
¿Qué clase de acoso callejero has experimentado?	Determinar en qué medida se presenta el acoso de acuerdo a: Su gravedad (leve, moderado, grave), describiendo silbidos, comentarios incómodos, insinuaciones sexuales, referencias sexualmente explícitas de su cuerpo, seguimiento, manoseo y/o violencia física, todas las anteriores, otro ¿Cuál?
Si pudieras señalar en un mapa de la ciudad de Cali los lugares donde eres o has sido más propensa a ser acosada, ¿Qué sector, barrio, dirección específica describirías? ¿Cómo es el lugar? ¿Qué actividades se desarrollan en ese espacio?	Identificar y caracterizar los lugares más propensos a ser escenarios del acoso
¿Cuál es tu respuesta ante el acoso callejero?	Identificar reacciones comunes, y la manera en que estas inciden en la salud psicológica de las mujeres. Conocer las características de la reacción y relacionarlas con su rango de edad, posición socioeconómica, etc.
¿Conoces en la ciudad de Cali algún proyecto, campaña o producto gráfico que trate el acoso callejero?	Ampliar la lista de referentes por medio del conocimiento y ver su nivel de recordación e

¹² Google Forms (Formularios de Google) es una plataforma que permite planificar eventos, enviar una encuesta, hacer preguntas a tus estudiantes o recopilar otros tipos de información de forma fácil y eficiente. <https://sites.google.com/site/formugogle/-para-que-sirve>

¹³ “Encuentro Feminista Cali”, “Tamboras Insurrectas. Colectiva Feminista Cali” y “Fuerza Feminista Cali”.

	impacto
¿Cómo era el proyecto, campaña o producto gráfico? ¿Recuerdas el mensaje? ¿Usaba fotografía, ilustraciones o dibujos, videos u otros medios?	Conocer los lineamientos gráficos de los referentes mencionados en la pregunta anterior, reconocerlos como posibles influencias.
Relata una o algunas de las experiencias de acoso que hayas vivido y más recuerdes (¿Dónde fue?, ¿Cómo te sentiste?, ¿Cómo reaccionaste?, ¿Recuerdas cómo era el acosador?)	Obtener las historias para la elaboración del proyecto
¿Qué has hecho para evitar que estas cosas te vuelvan a pasar?	Medir el impacto que tiene este problema en su vida cotidiana de acuerdo a la modificación de sus hábitos y conductas en los espacios públicos.
¿Si pudieras, ¿Qué le harías o dirías a los acosadores?	Entender desde una perspectiva íntima, sin miedo y ser juzgadas, como desearían reaccionar realmente ante el acoso

Figura 15 -Página de inicio Recopilación de historias en Google Forms

Recopilación de historias sobre acoso callejero hacia mujeres en la ciudad de Cali

*Obligatorio

Se entiende "Acoso Callejero" como :

Gestos, comentarios y acciones impuestas por un extraño en un lugar público sin ser deseadas por la víctima. Incluye silbidos no deseados, comentarios indecentes, incómodos y/o sexuales; persecución, exhibición indecente, manoseos y/o agresión sexual.

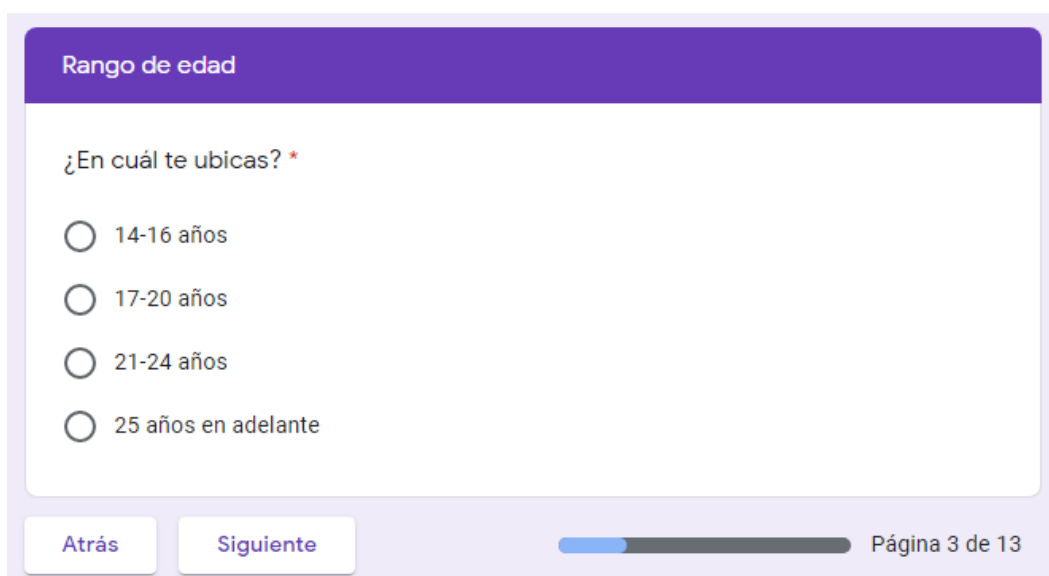
(Fuente: Stop Street Harrasment)

Teniendo en cuenta su definición ¿has sufrido de acoso callejero por parte de un hombre? *

Sí

No

Figura 16 - Rango de edad



The image shows a digital survey form with a purple header titled "Rango de edad". Below the header, the question "¿En cuál te ubicas? *" is displayed. There are four radio button options: "14-16 años", "17-20 años", "21-24 años", and "25 años en adelante". At the bottom of the form, there are two buttons: "Atrás" and "Siguiente". To the right of these buttons is a progress bar and the text "Página 3 de 13".

FASE 2 - LA CIUDAD (CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL)

Luego de la recepción de los testimonios de acoso, se establece a *la ciudad* como eje de partida, un elemento constitutivo y co protagonista de los hechos, donde la cultura y los imaginarios confluyen y se convierten en detonantes de los mismos. Así, se hace indispensable comprender las mecánicas culturales y sociales que están detrás del acoso callejero en Cali.

2.1 - Asesoría con entes especializados - Subsecretaría de Equidad y Género / Casa Matria

Según el sitio web de la Alcaldía de Cali, Casa Matria es:

Un espacio que tiene como objetivo desarrollar, difundir y promover la construcción de un municipio libre de violencias basadas en género, donde se posibilite el encuentro, la visibilización y el reconocimiento de saberes, experiencias, necesidades e intereses de las mujeres en temas y prácticas de equidad. (*Casa Matria, un espacio para las mujeres*, 2016)

Acudiendo a esta instancia, se obtiene una entrevista con Waldor Botero (Anexo documento entrevista) Sociólogo de la Universidad del Valle y Magíster en Antropología Social de la Universidad de Sao Pablo. Gracias a sus aportes bibliográficos se obtiene información sobre los índices de violencia e incidentes de abuso en la ciudad, y se traza un contexto desde un enfoque epidemiológico y legal.

2. 2 - Perfilamiento de la imagen de la mujer caleña en la cultura popular

Dado que los testimonios a ilustrar corresponden con situaciones vividas por mujeres caleñas, se analizará la manera en que son percibidas y representadas en los imaginarios culturales. De esta manera se realizará un panorama general sobre la imagen de la mujer caleña en la cultura popular que posteriormente será complementado con la información obtenida en las encuestas cualitativas.

2.2.1 Cali como capital de la belleza y el deporte

Se tomará como referente la tesis previamente citada *“Las caleñas son como las flores ¿y los caleños? Estudio sobre estereotipos de género en dos espacios públicos de la ciudad de Cali.”* De Mayra Esperanza Minotta, quien centra su atención en la descripción de los cánones de belleza imperantes en la ciudad, basándose en los estereotipos más comunes respecto al vestuario y comportamiento de la mujer caleña.

2.2.2 La salsa, orgullo caleño al igual que sus mujeres

No cabe duda que el orgullo por la belleza femenina caleña es parte fundamental de la cultura popular, y un ejemplo evidente es la música, donde una cantidad considerable de canciones icónicas hacen referencia a sus mujeres. Teniendo esto en consideración, se realizará un análisis de las canciones más representativas de la ciudad, específicamente del género de la salsa, y sus respectivas alusiones a la mujer caleña.

FASE 3 - UN ACERCAMIENTO PROFUNDO A LOS TESTIMONIOS

Esta fase se centra en registrar en profundidad las emociones de las víctimas y la búsqueda de insumos para realizar perfiles físicos y psicológicos que se trasladarán posteriormente al estilo gráfico.

3.1 - Las participantes

Se establecen los criterios para escoger a las voluntarias, teniendo en cuenta que sus testimonios deben haber sido preseleccionados. Se resuelve, en conveniencia del desarrollo óptimo de las actividades, realizar uno o dos grupos pequeños, de máximo tres jóvenes, necesariamente conocidas entre sí. Esto para facilitar la creación del diálogo entorno a un tema complejo de abordar, siendo conscientes que revivir esos momentos puede ser incómodo o difícil.

3.2 - Objetivos y actividades

Una vez seleccionadas las jóvenes, se indagan métodos que sirvan de guía para proponer actividades y preguntas pertinentes con base en los objetivos de la entrevista, y desarrollarlas de manera propositiva. De esta manera se recurre a los textos “*Guía del proceso Creativo- Mini guía: Una introducción al Design Thinking*” (S.F.), y “*Universal Methods of Design*” (2012), Escrito por Bella Martin y Bruce Hanington.

3.2.1 - Design Thinking, una guía para la entrevista

Se entiende al *Design Thinking* como un protocolo de diseño que enlaza la creatividad y la innovación para transformar las ideas en propuestas prácticas y atractivas para los clientes o usuarios. Se toma como referente pues dentro de sus estrategias prima la retroalimentación con el usuario para entender sus necesidades. Gracias a estas indagaciones se desplaza el término entrevista por *Focus group* o grupo focal, definido por Martin y Hanington (2012) como “la dinámica creada por un grupo pequeño de personas bien escogidas, que guiadas por un moderador pueden vislumbrar distintas ideas, patrones y tendencias.” (pág. 93)

La importancia de esta dinámica es que permite, bajo la guía adecuada, que las participantes se acepten como iguales, facilitando el compartir historias, experiencias, memorias y percepciones. Esto es de gran importancia, pues fomenta la participación en la toma de decisiones, posibilitando una mayor conexión con el resultado final del proyecto.

Así las cosas, después de establecer los aspectos que se desean dialogar en el grupo focal (tono de comunicación y construcción de actividades), se evalúan los métodos que el *Design Thinking* propone, y se seleccionan aquellos más convenientes.

- **Preguntas tipo ¿cómo podríamos? / Brainstorm:** iniciar el diálogo con un ¿cómo podríamos? impulsa las lluvias de ideas, es una manera de generar muchas ideas activamente. “El objetivo principal del *brainstorm* es impulsar el pensamiento colectivo del grupo por medio de la conversación, escuchando y construyendo sobre otras ideas.” Guía del proceso Creativo- Mini guía: Una introducción al Design Thinking (Pág. 21, S.F.)
- **Prototipos con empatía:** Este método propone pedirle al usuario que dibuje algo específico, para después dialogar al respecto, o en su defecto, pedirles escoger entre diferentes tipos de acciones o soluciones para determinar cuáles son de su preferencia.
- **Collage/ mood board:** Dinámica útil para establecer visualmente una descripción, estética, estilo, contexto, paleta de colores, materiales, etc. En resumen, sirve para escoger elementos asociados a los conceptos del trabajo, y proyectar sus expectativas.

(Anexo 2: formato de construcción de actividades del *focus group*)

FASE 4 - ESTRATEGIA DE DISEÑO Y CREACIÓN DE UN ESTILO GRÁFICO

Analizada la información obtenida en el grupo focal se procede en esta etapa a lo siguiente:

- **4.1 Definir estrategia de diseño:** Es el momento de definir por cuál de los recursos expresivos que ofrece el diseño gráfico se orientará el proyecto, atendiendo las sugerencias y comentarios levantados en las encuestas en línea y el grupo focal.
- **4.2 Definir los ejes conceptuales del proyecto:** La cultura caleña y la ciudad como referentes culturales y estéticos; reinterpretación de imaginarios y códigos de representación de la mujer desde la visión caleña y las emociones de quienes cuentan sus experiencias, y el desarrollo de un estilo gráfico que logre representar una conjunción entre las dos instancias anteriores.
- **4.3 Estilo gráfico:** teniendo claros los ejes del proyecto, se relacionan con las conclusiones obtenidas en la fase 2. Así, el perfilamiento de la imagen de la mujer en la cultura popular y las referencias de esta en la salsa, las implicaciones semánticas de esas referencias, y las observaciones obtenidas en el grupo focal por las voluntarias, concluirán en una unión de valores que derivan en la creación de la estética del proyecto

FASE 5 – PRODUCCIÓN DE DISEÑO

5.1 Pre producción

- **Selección de relatos:** Se definen las historias con las que se llevará a cabo este primer piloto del proyecto, pensando en abarcar la mayor representatividad posible en cuanto a características de las agresiones, según su gravedad y lugar de los hechos.

- **Análisis individual de relatos:** Identificar la gravedad del acoso, lugar(es) de los hechos, descripción del victimario, crear un perfil físico y psicológico al personaje femenino, reconocer momentos y giros de trama en el relato y determinar su peso en términos gráficos.
- **Establecer referentes y estilo gráfico:** Investigar el entorno descrito en la historia, hacer trabajo de campo, toma de fotografías y búsqueda de imágenes de los sitios en internet. Crear a partir del perfil del personaje femenino protagónico y el nivel de gravedad del acoso un *moodboard*, teniendo en cuenta los elementos gráficos que compartirán todos los relatos ilustrados, y aquellos que serán diferenciadores (color, trazo, nivel de detalle en la ilustración, etc.)
- **Storyboard, conceptualización de personajes y escenarios:** Con la información recopilada en los puntos anteriores. También incluye la creación de los elementos gráficos análogos de la historia.

5.2 Producción

- **Bocetación/Ilustración:** Dado el enfoque conceptual, las ilustraciones serán análogas y/o digitales, por tanto, el proceso análogo implica su entintado correspondiente.
- **Digitalización:** Implica la edición de las ilustraciones análogas, corrección de color, aislar los insumos del collage (flores, papeles rasgados, etc.) Se grafican los bocetos de las ilustraciones digitales, y se hace un tratado a la imagen en general para crear uniformidad en los elementos.
- **Diagramación:** Listas las ilustraciones, se procede a relacionar los elementos en el espacio de trabajo, y a componer las viñetas necesarias. Se incluye el texto y se elaboran las banderas y títulos decorativos.
- **Arte finalizado:** Una vez realizados los pasos anteriores con cada una de las historias ilustradas, se compilan en volúmenes y se hacen correcciones

pertinentes. Con esta fase se alcanza el objetivo del proyecto, al dejar constancia del prototipo planteado como solución al problema de diseño.

6. PROTOTIPOS PARA DIFUSIÓN

- **Producción de contenidos digitales y complementos:** Se propone esta fase complementaria para definir los posibles canales con los que el proyecto se divulgará. Siendo congruentes con los principios establecidos en las fases previas, se toman decisiones que determinan su alcance. Con esto, y a partir de los recursos gráficos empleados en el producto editorial, se construyen los modelos de la identidad visual de los medios que complementarán la experiencia del público.

RESULTADOS

1. FASE 1: ENCUESTA CUALITATIVA EN LÍNEA

Se realiza un análisis individual de las respuestas y los resultados generales entregados automáticamente por la plataforma en la que se realizó la encuesta. Por este medio se obtuvieron datos que indican los sectores de la población que se ven más afectados por el acoso, basándose en edad, nivel socioeconómico, lugares que frecuentan, etc. Así mismo se realizó una caracterización de los lugares donde ocurrió el acoso, la gravedad del hecho, perfiles de los agresores, etc.

A continuación, se presentan los resultados generales de la encuesta y muestras de algunas respuestas a preguntas abiertas. Soportes completos de la encuesta en anexos (Anexo 1 y 3)

1.1 Resultados generales de respuestas

Figura 17- Número de respuestas totales obtenidas

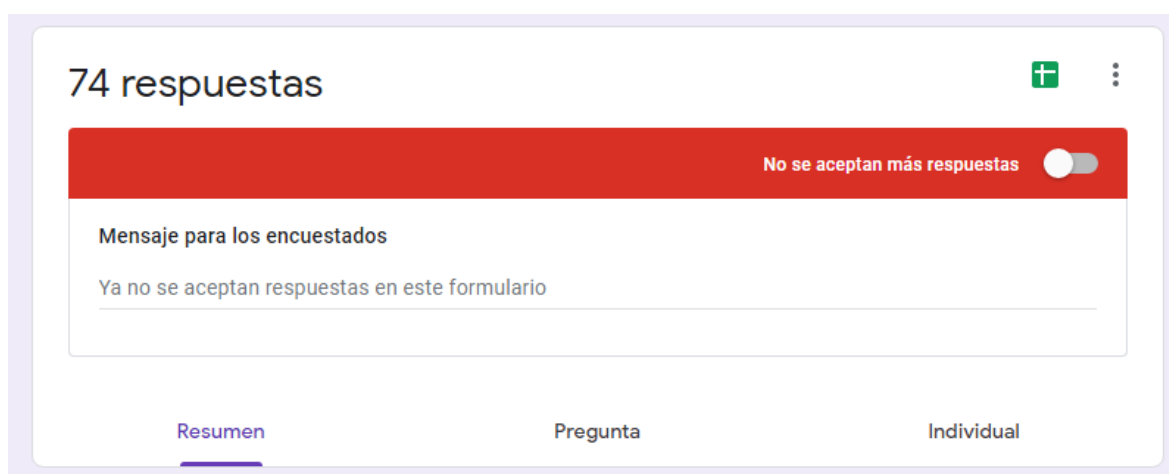
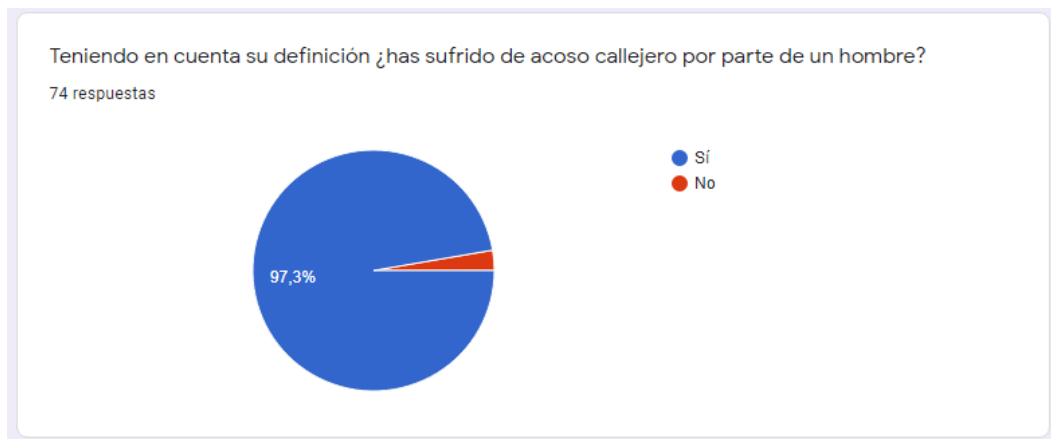


Figura 18- ¿has sufrido de acoso callejero por parte de un hombre?



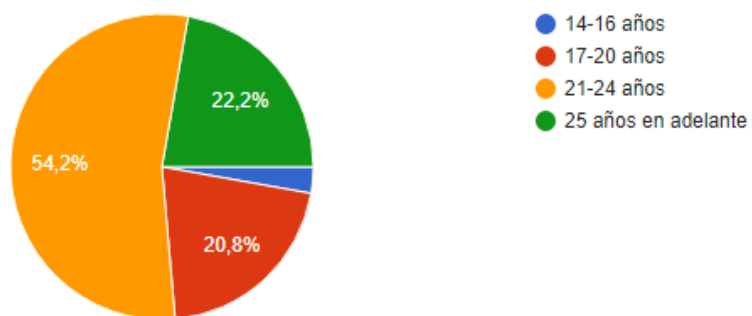
Porcentaje de mujeres Víctimas de acoso callejero:

97,3% si (72) - no 2,7% (2)

Figura 19- ¿Cuál es tu rango de edad?

¿Cuál es tu rango de edad?

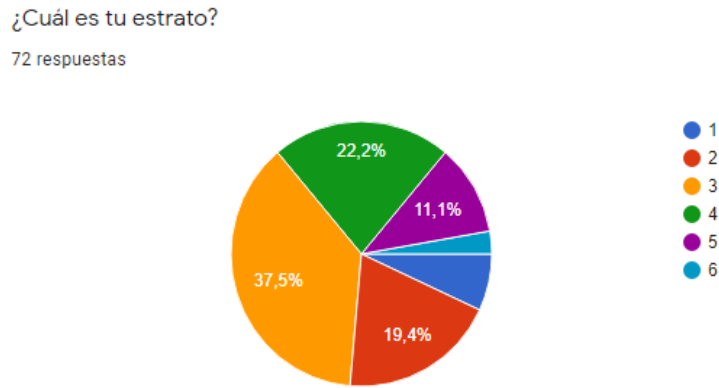
72 respuestas



14-16 años (2 persona) 2,8% **17-20 años** (15 personas) 21,1% **21-24 años** (38 personas) 53,5%

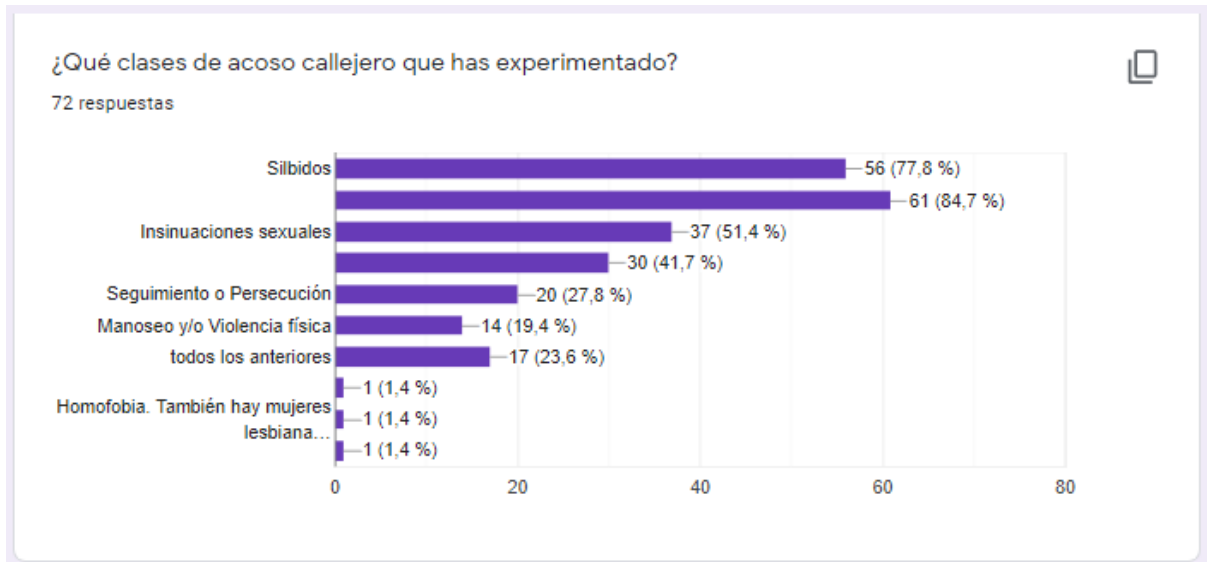
25 años en adelante (16 personas) 22,5%

Figura 20- ¿Cuál es tu estrato?



Estrato 1 (5 personas) 7% **Estrato 2** (14 personas) 19,7% **Estrato 3** (27 personas) 36,6% **Estrato 4** (16 personas) 22,5%

Figura 21- ¿Qué clases de acoso has experimentado?



Silbidos (56 personas) **Comentarios incómodos e innecesarios (piropos)** (61 personas) **Insinuaciones Sexuales** (37 personas) **Referencia sexualmente explícita a tu cuerpo** (30 personas) **Seguimiento o persecución** (20 personas) **Manoseo y/o violencia física** (14 personas) **Todas las anteriores** (17 personas) **otros** (1 persona) **Sin responder** (2 personas)

Figura 22- Si pudieras señalar en un mapa de la ciudad de Cali los lugares donde eres o has sido más propensa a ser acosada, ¿Qué sector, barrio, dirección específica describirías? ¿Cómo es el lugar? ¿Qué actividades se desarrollan en ese espacio? (Fragmento de las respuestas)

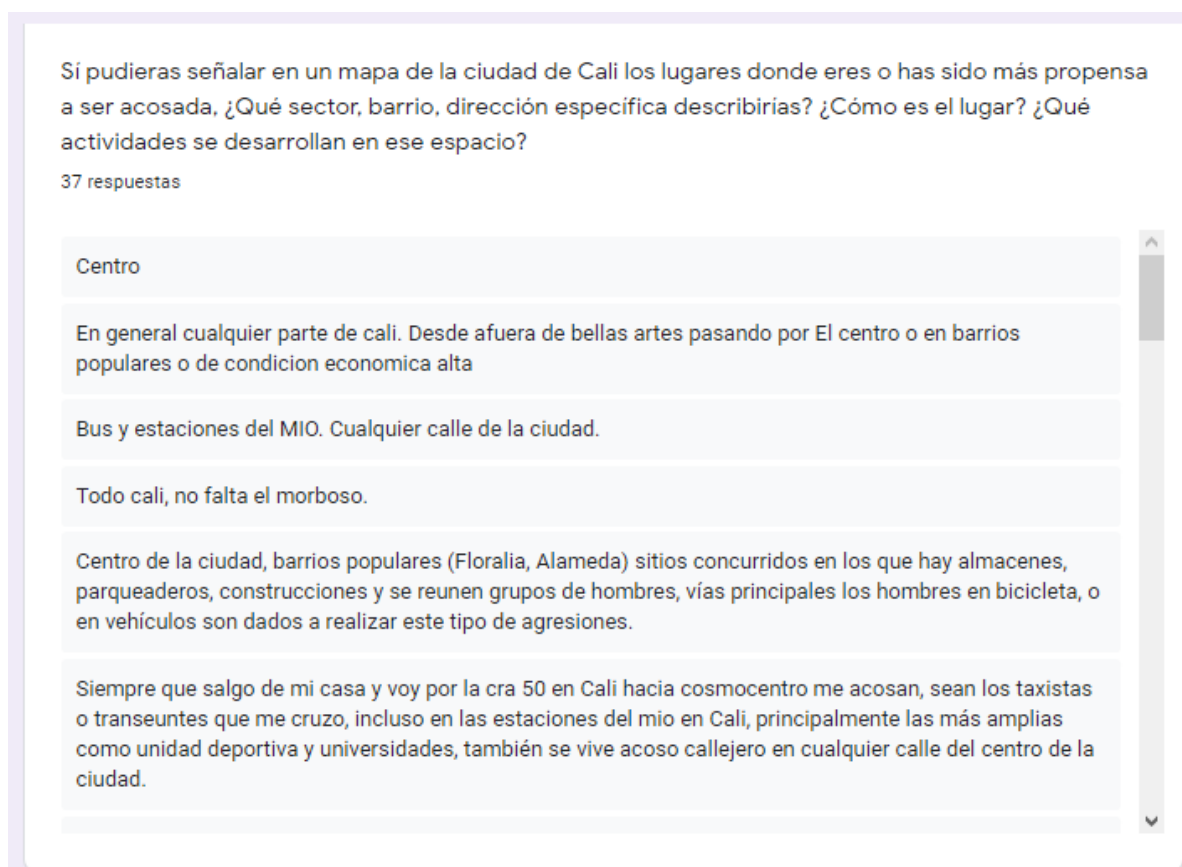
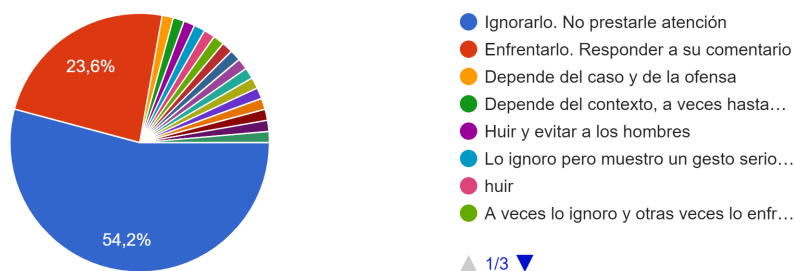


Figura 23- ¿Cuál es tu respuesta ante el acoso?

¿Cuál es tu respuesta ante el acoso callejero?
72 respuestas

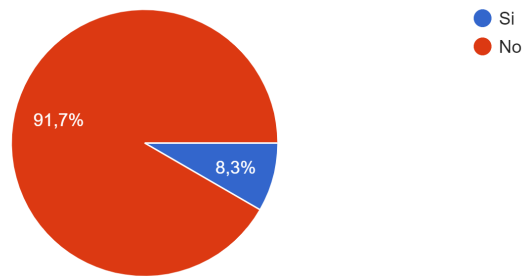


Ignorarlo 54,2% (39) Enfrentarlo 23,6 % (17) El resto se refieren a que su reacción depende de la situación

Figura 24- ¿Conoces en la ciudad de Cali algún proyecto que trate el acoso callejero?

¿Conoces en la ciudad de Cali algún proyecto, campaña o producto gráfico que trate el acoso callejero?

72 respuestas



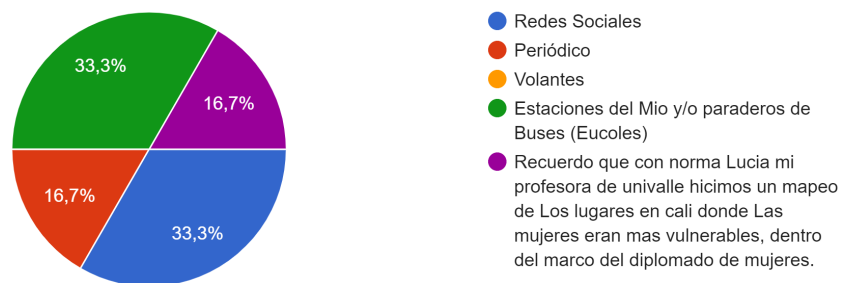
No 91,5% (66) - Sí 8,5% (6)

Las 6 mujeres que aseguraron haber visto el proyecto o campaña respondieron:

Figura 25- ¿Dónde viste el proyecto sobre acoso callejero?

¿Dónde la viste?

6 respuestas



redes sociales 2 (33,3%), periódico 1 (16,7%), estaciones y/o paraderos de bus o Sistema de transporte MIO 2 (33,3%), proyectos universitarios 1 (16,7%)

Figura 26- Características del proyecto sobre acoso callejero

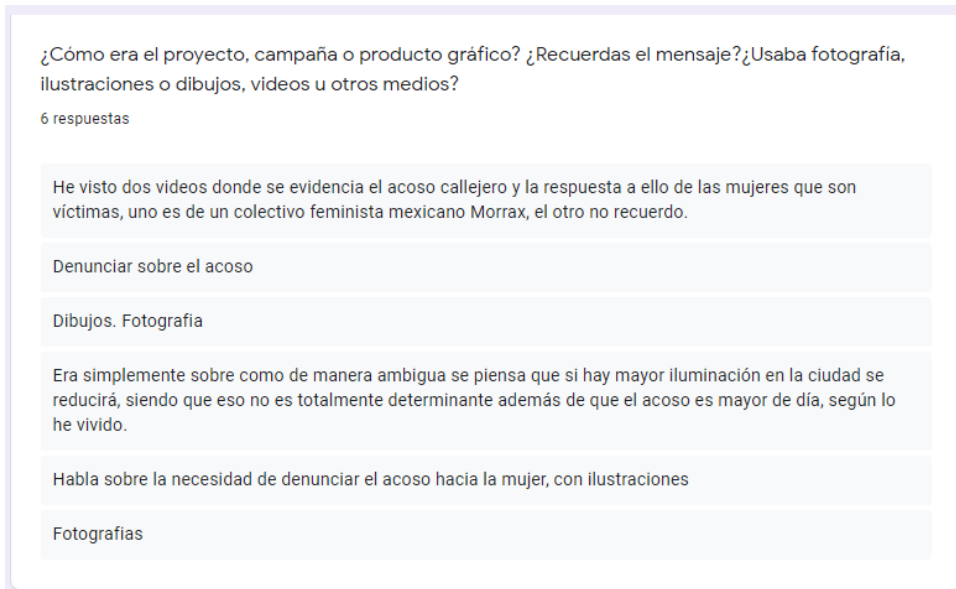


Figura 27- Recepción de los relatos de acoso callejero (Fragmento de las respuestas)

Relata una o varias experiencias de acoso callejero que hayas vivido (¿Dónde fue?, ¿Cómo te sentiste?, ¿Cómo reaccionaste?, etc.)

72 respuestas

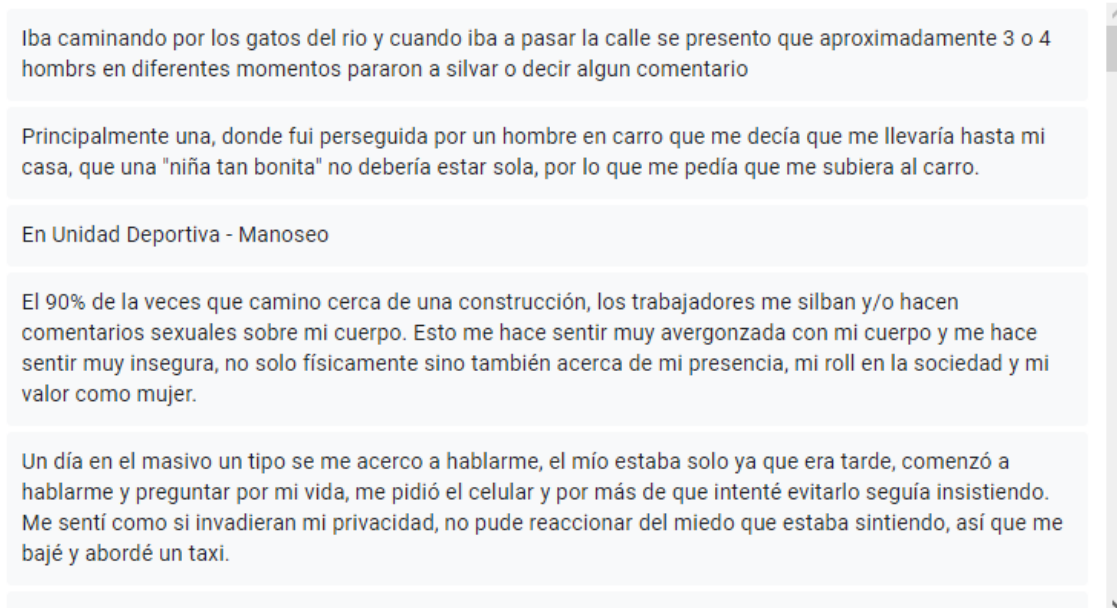


Figura 28- ¿Qué has hecho para evitar que estas cosas te vuelvan a pasar? (Fragmento respuestas)

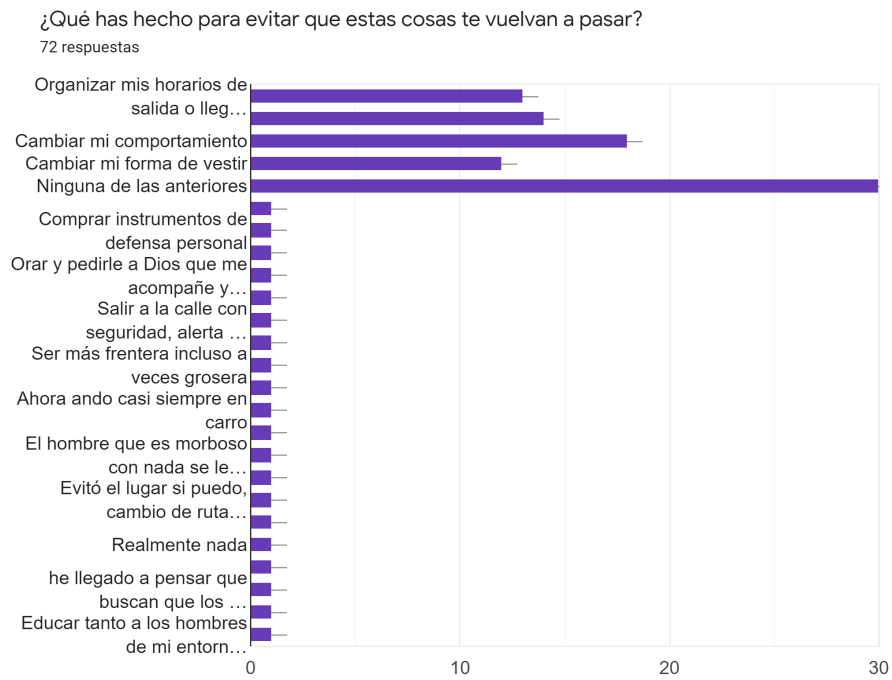
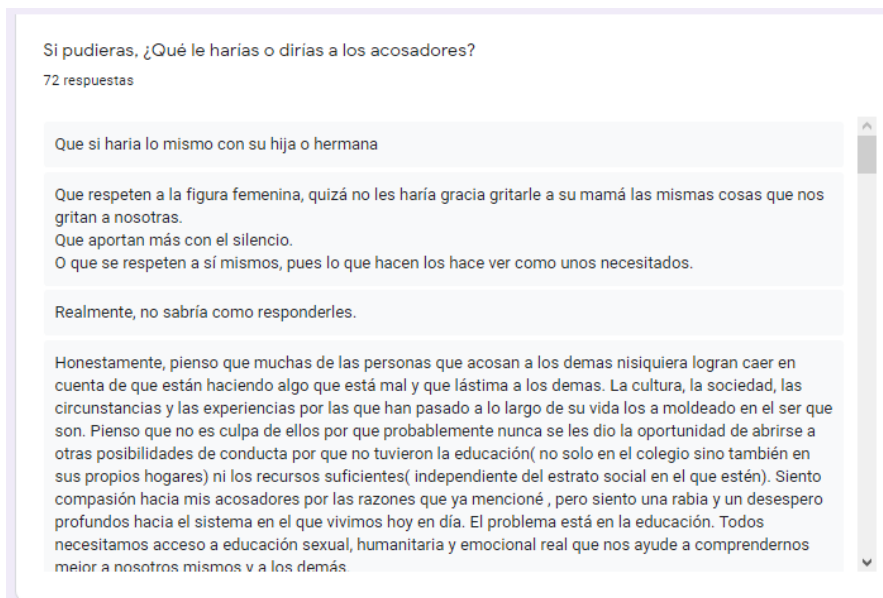


Figura 29- ¿Qué le harías o dirías a los acosadores?



1.1.1 ANÁLISIS RESPUESTAS GENERALES

Se obtuvo un total de 74 respuestas, dos de ellas aseguraron no haber sido víctimas de acoso callejero, por ello son descartadas para responder el resto de las preguntas.

- **RANGO DE EDAD:** De acuerdo a esta categoría, la mayoría de las participantes se encuentran en un rango de edad de 21-24 años (39 respuestas) y 25 años en adelante (16 respuestas)
- **ESTRATO SOCIOECONÓMICO:** Los estratos 3 (27 respuestas) y 4 (16 respuestas) son los más comunes.
- **CLASES DE ACOSO CALLEJERO EXPERIMENTADO:** Esta pregunta daba la opción a cada una de las voluntarias de escoger entre los actos de acoso propuestos, aquellos a los que se han enfrentado. Así, según las categorías convenidas se obtienen los siguientes resultados:

Figura 30- Tipos de acoso experimentados

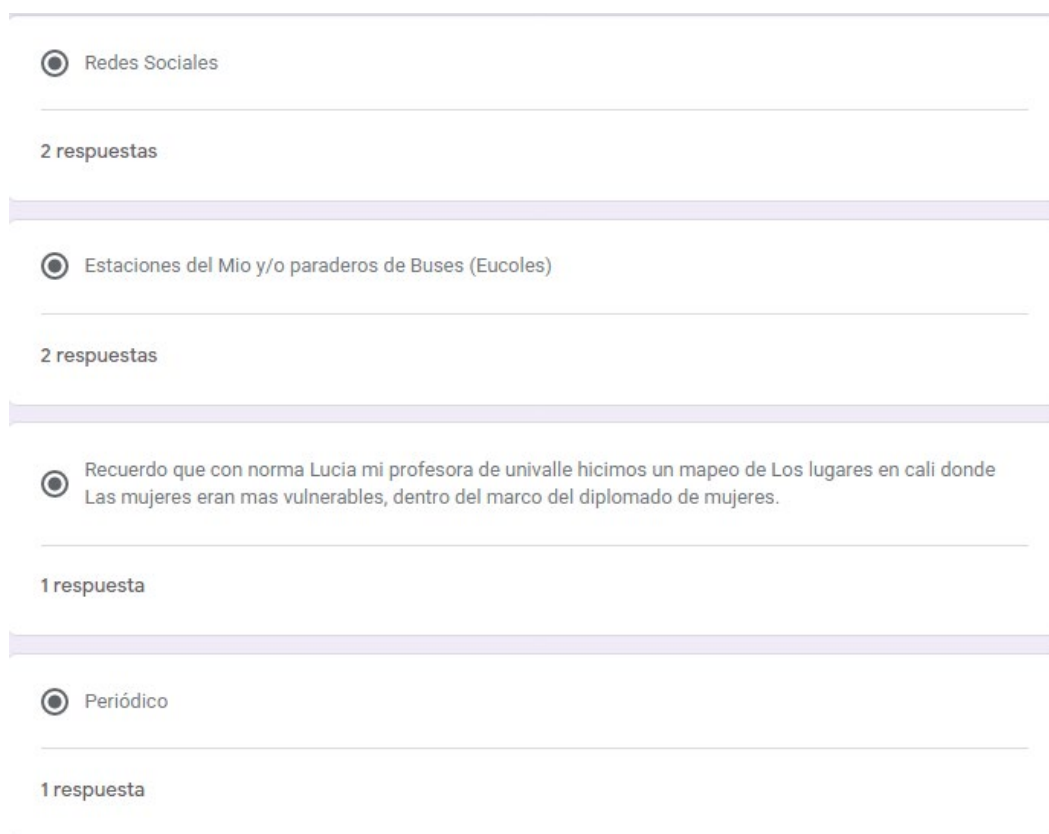
Silbidos	56
Comentarios incómodos e innecesarios (Piropos)	61
Insinuaciones sexuales	37
Referencia sexualmente explícita de tu cuerpo	30
Seguimiento o Persecución	20
Manoseo y/o Violencia física	14
Todos los anteriores	26
Sin responder	2

*Se registra en la tabla las opciones seleccionadas directamente en la encuesta y las respuestas dadas como complemento en las que, pese a no haber seleccionado alguna opción, se hace alusión a algunas de las categorías previamente señaladas.

La mayoría de las mujeres encuestadas han experimentado comentarios incómodos (piropos), seguidos por silbidos, e insinuaciones sexuales, y por último todas las clases de acoso mencionadas.

- **LUGARES MÁS PROPICIOS PARA SER VÍCTIMAS DE ACOSO:** Dado que esta fue una pregunta abierta, cada participante comentó una o más zonas (ver anexo de respuestas). De todas las mencionadas se pueden sacar las siguientes constantes: el sector Centro es la zona más referida como escenario común del acoso, seguido por el oriente y sur de la ciudad. Por otra parte, una gran cantidad de mujeres expresan que se sienten propensas a ser acosadas en cualquier parte de la ciudad, pero especialmente en barrios populares, construcciones y sitios donde frecuentan hombres (afueras de talleres, billares, etc.) En el transporte público, el sistema masivo, es el más señalado en comparación a los buses tradicionales y taxis.
- **RESPUESTAS ANTE EL ACOSO CALLEJERO:** La mayoría de las mujeres admitieron ignorar los hechos, argumentando temer por las posibles consecuencias por parte de sus agresores. Sin embargo, si tienen la oportunidad (estar acompañadas, en un lugar concurrido) algunas proceden a responder.
- **CONOCIMIENTO DE ALGÚN PROYECTO, CAMPAÑA O PRODUCTO GRÁFICO QUE TRATE EL ACOSO CALLEJERO EN CALI:** Respecto a esta cuestión, sólo 6 mujeres respondieron afirmativamente:

Figura 31- Proyectos de acoso vistos previamente



En cuanto a las características de estos, las observaciones fueron limitadas, dos de las respuestas comentan que los proyectos usaban recursos fotográficos, dos mencionaron la ilustración, y una hizo referencia a una actividad de un colectivo mexicano, por tanto, queda descartado el referente.

- **ESTRATEGIAS PARA EVITAR QUE ESTAS COSAS SUCEDAN DE NUEVO:** Estas son las estrategias empleadas por las encuestadas:

Figura 32- Estrategias para evitar el acoso

Organizar mis horarios de salida o llegada	13
No pasar de nuevo por el lugar	14
Cambiar mi comportamiento	18
Cambiar mi forma de vestir	12
Ninguna de las anteriores	30
Otra	20

*Gran parte de las mujeres que respondieron “Ninguna de las anteriores”, aclaran otros métodos que han adquirido en la opción “otra”, donde mencionan técnicas de defensa personal, elementos de protección, o explican que no hacen algún cambio pues todo resulta inútil para persuadir a los acosadores.

Fueron diversas las reacciones respecto a esta pregunta, pues entre las mujeres que se animaron a dar su opinión, varias aseguraron que no deberían cambiar nada en su rutina dado que los hombres son los que las incomodan, o la poca efectividad de hacerlo, pues ningún plan es efectivo en contra del acoso. Otra respuesta común es estar a la defensiva como parte de su comportamiento en las calles, así como buscar disimular sus atributos para pasar inadvertidas. (Anexo respuestas)

- **MENSAJES A SUS ACOSADORES**

Los mensajes que estas mujeres quisieran dejar a sus victimarios están cargados de ira en general, expresando deseos de hacer que los victimarios sientan el miedo y la angustia que su abuso provoca, y en algunos extremos recurrir a la violencia.

Por otro lado, es repetitivo el cuestionamiento del respeto de las mujeres cercanas a los hombres que tienen este tipo de comportamientos, pareciendo que no tienen en consideración a sus madres, hermanas, etc.

Por último, se encuentra un reiterativo llamado a la educación y sensibilización del género masculino respecto a este tipo de actitudes dañinas, siendo clave para ellas el cambiar paradigmas y fomentar el respeto. (Anexo 3 Respuestas individuales)

1.1.2 CONCLUSIONES RESPUESTAS GENERALES

Gracias a estas respuestas, se pueden definir, de manera muy general, características comunes y patrones entre las voluntarias, que posteriormente ayudarán a enfocar el grupo objetivo del trabajo.

De acuerdo con ello, obtenemos que las adultas jóvenes de 21-24 años, pertenecientes al nivel socioeconómico medio, representan la mayoría, resultando ser las más afectadas por este fenómeno entre las participantes de la encuesta.

Casi todas han experimentado, como mínimo silbidos y piropos; y en general, tienen una percepción de inseguridad latente, particularmente en el centro de Cali; pero admiten que esa sensación se encuentra en cualquier lugar de la ciudad.

Esta percepción de peligro que las acompaña en cualquier sitio público de Cali, las ha forzado a tomar decisiones respecto a su Figura personal y relación con el entorno, limitando sus decisiones al momento de circular y el libre desarrollo de su personalidad, provocando incluso que en algunos casos busquen métodos de defensa personal. Respecto a esto, es claro su deseo de poder sentirse libres caminando por la ciudad, así como castigar y educar casi por igual a sus atacantes, sin embargo, la mayoría se limita a ignorar el acoso por miedo a tener consecuencias como una agresión peor.

Se percibe en general, frustración, rabia, impotencia y resignación, así como un reiterado llamado a la empatía por parte del género masculino y la sociedad en general. Por último, el reconocimiento de proyectos o trabajos previos en la ciudad es prácticamente inexistente, demostrando una vez más una ausencia en la visibilización de esta problemática

1.2 REGISTRO DE RELATOS DE ACOSO COMPARTIDOS EN LA ENCUESTA

En esta etapa se procede a examinar cada uno de los testimonios para filtrarlos de acuerdo a la calidad del relato, entre otros factores. Para ello se realiza una matriz de análisis con los siguientes puntos:

- **Lugar del hecho:** Para clasificar y tomar decisiones según la cantidad de historias que se presenten en los lugares pertinentes para el proyecto (vía pública y transporte), así como descartar aquellas que no se desarrollen en estos ambientes.
- **Nivel de gravedad:** Se estableció este criterio para determinar cuántas y qué tipo de historias se encuentran dentro de estas categorías, tomadas de Heben (1994), citada por SSH (2015).
- **Agresión:** Para organizar las historias de acuerdo a los hechos específicos más comunes entre los relatos recibidos, que a su vez indican el aumento de la violencia, yendo de la mano con el nivel de gravedad. Estas son: Del piropo a la amenaza, exhibicionismo y/o masturbación pública, persecución, contacto y/o agresión física.

Figura 33- Matriz análisis individual de historias

Considerados a preselección según gravedad del acoso

Menos grave
 Moderadamente severo
 Grave

ANÁLISIS INDIVIDUAL DE HISTORIAS						
	LUGAR DEL HECHO	NIVEL DE GRAVEDAD	AGRESIÓN	DESCRIPCIÓN	¿QUÉ HAS HECHO PARA EVITAR QUE ESTAS COSAS TE VUELVAN A PASAR?	SI PUDIERAS, ¿QUÉ LE HARÍAS O DIRÍAS A LOS ACOSADORES?
H #1	Vía pública	Menos Grave	#1 Del piropo a la amenaza	"Iba caminando por los gatos del río y cuando iba a pasar la calle se presento que aproximadamente 3 o 4 hombrs en diferentes momentos pararon a silbar o decir algun comentario"	Nada	"Que si haria lo mismo con su hija o hermana"
H #2	Vía pública	Grave	#1 Del piropo a la amenaza - #3 Persecución	"Principalmente una, donde fui perseguida por un hombre en carro que me decia que me llevaría hasta mi casa, que una "niña tan bonita" no debería estar sola, por lo que me pedía que me subiera al carro."	1. Organizar mis horarios de salida y llegada 2.No pasar de nuevo por el lugar	"Que respeten a la figura femenina, quizá no les haría gracia gritarle a su mamá las mismas cosas que nos gritan a nosotras. Que aportan más con el silencio. O que se respeten a sí mismos, pues lo que hacen los hace ver como unos necesitados."

*Anexo 4 matriz completa con la clasificación de las 72 respuestas

Con todas las respuestas registradas, se revisan patrones en los resultados.

Procede hacer una preselección con base en los siguientes criterios:

- Se descartan relatos que excedan los límites del acoso callejero, es decir abuso y/o violencia sexual, u otros delitos.
- Se descartan relatos que no ocurran en vía pública o medios de transporte (lugar de trabajo, oficina, centros de estudio, establecimientos de expendio de alcohol, discotecas, etc.)
- el testimonio debe mencionar como mínimo el lugar de los hechos, o dar alguna referencia sobre el mismo.
- Descripción del/ los sucesos detallados, con una estructura aproximada a tener un inicio, conflicto y desenlace.
- Situaciones significativas para las víctimas, que hayan causado afectaciones psicológicas o emocionales, cambiado patrones de conducta, etc.
- Historias inusuales, con algún hecho diferenciador entre experiencias similares.

1.2.1 PRESELECCIÓN DE RELATOS

Gracias a los criterios establecidos, se reducen a 22 los testimonios puestos en consideración, varios incluyen al menos dos experiencias distintas. De este filtro se concluye lo siguiente:

- Según el nivel de la agresión, 7 respuestas relatan sucesos considerados “menos graves”, 6 son “moderadamente severos” y 9 son “graves”.
- Según el lugar de los hechos, 16 experiencias ocurrieron en vía pública; 5 en el sistema de transporte masivo MIO (buses, estaciones, o paraderos); 4 en buses públicos y 1 en taxis.

Figura 34- Muestra respuestas pre seleccionadas

	Menos grave	Moderadamente severo	Grave	
H #6	#1 Vía Pública- #2 Transporte Público	Moderadamente severo- Grave	#1 Del piropo a la amenaza- #2 Exhibicionismo y/o masturbación pública	<p>#1. "Fue hace muchos años, estaba en 7 de bachillerato, cuando iba camino al colegio "Femenino San Fernando" ubicado anteriormente en el sur de Cali un hombre paso muy lentamente en una bicicleta gritándome a todo pulmón: "Mami cuando vaya a botar los calzoncitos me los regala para olerlos", yo estaba muy pequeña así que lo único que hice fue quedarme callada, me sentí muy avergonzada y con mucha rabia."</p> <p>#2 "Hace nueve años, iba en un bus camino a mi casa en la Ermita 2, cuando se sentó a mi lado un señor que vivía en mi unidad, él me saludo muy amablemente, (yo estaba en el asiento de la ventana) luego empezó a decirme que estaba muy bonita, que cuántos años tenía, cada vez se acercaba más, me hablaba casi que murmurándome al oído, luego puso su mano en mis piernas y comenzó a tocarse, a masturbarse, yo me quedé petrificada, tenía ganas de llorar, no sabía que hacer, yo estaba en el asiento de la ventana así que me sentía como prisionera, era muy extraño y horrible, hasta que el señor se bajó del bus, llegue a casa y llorando le conté a mi mamá, me sentía sucia, avergonzada, ha sido la peor experiencia de acoso callejero por la que he pasado."</p>
H # 12	Transporte Público	Grave	#4 Agresión y/o contacto Físico	<p>"Una vez me monte en una coomepal 8 el bus iba lleno y solo estaba el asiento de atrás el que esta en todo el pasillo vacío y me sente porque iba encartada un hombre se paro justo donde estaba y con los zapatos trataba de manociarme los pies fue muy incomodo yo tratando de mover mis pies en alguna ocasión lo patie pero el siguio, la gente me mirava pero nadie decia nada al salir me toco paramme rapidamente pero el hombre trato de retenerme y mi reaccion fue empujarlo bruscamente, tan pronto me baje las piernas me temblaban, me toco caminar porque me baje mucho antes y tan pronto llegue a la casa no pude contener el llanto, fue un momento realmente incomodo y frustrante."</p>

*Debido a que algunas respuestas contenían acontecimientos ocurridos en lugares distintos, se cuentan de manera individual, de igual manera el nivel de gravedad del acoso.

*Ver Anexo 4.1 Cuadro Preselección de respuestas

2. FASE 2- LA CIUDAD (CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL)

2.1 - Asesoría con entes especializados - Subsecretaría de Equidad y Género / Casa Matria

El día 21 de noviembre de 2017, se obtuvo una reunión con Waldor Botero, en esta se dialogaron los siguientes temas: la validación de la cantidad de historias a escoger, la necesidad de realizar un contexto sobre la violencia en la ciudad y estudios de entidades gubernamentales que aborden el tema. (Anexo 5 Entrevista transcrita completa)

Al iniciar la conversación, se comentan los detalles del proyecto y el estado actual del mismo al asesor; y se inicia con la primera cuestión: ¿Cómo determino la cantidad de relatos que puede o debe abarcar este proyecto en esta etapa de prueba? Esta fue la respuesta:

“Tú debes olvidar la idea de que tienes que saber cuántos son para tener una muestra representativa. Olvídate de eso (...) Escoge el número de casos que vos querás (...) Cuando vos no vas a hacer algo representativo para una población, simplemente escoges unos cuantos casos y perfilas lo que querés específico (...) No necesitás más, para una tesis de grado no necesitás más.”

Esto reafirma la importancia del contenido de las historias en sí, más que la cantidad. Sin embargo, dado que el proyecto no está enfocado en la representatividad, es importante la elaboración de un contexto en el que se evidencian las dimensiones de la problemática.

“Cómo tú vas a mostrar unos casos, y esos casos no son representativos de toda la población, entonces tú tienes que empezar mostrando la dimensión del fenómeno de la violencia contra la mujer en la ciudad, para decir: ‘yo me voy a ocupar de la violencia específicamente callejera, la que se da en espacio público, que se hace de esta manera: con el piropo, el manoseo, todo esto que ocurre en el espacio público, yo me voy a centrar en esto’. Entonces ya tienes el contexto.”

Respecto a las fuentes para elaborar este contexto, Botero confirma lo concluido en la justificación del problema, son pocos los datos respecto al acoso callejero: “En realidad no hay tantas estadísticas, pero sí hay algunas cosas, son muy pocas (...) Tenemos tres fuentes básicas: Medicina Legal, la Secretaría de Salud y el Ministerio de Salud”

Gracias a esta información, se obtienen recursos de los cuales extraer (indirectamente) cifras sobre el acoso callejero: el Instituto Nacional de Salud y Pro familia, que realizan en conjunto la Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDS), la fuente de información más importante de salud con un apartado para medición de violencia, la Secretaría de Salud por medio de Sivigila (Sistema integral de vigilancia epidemiológica) con el Informe epidemiológico a nivel local, que representan las demandas de violencia en el sistema de salud, y Medicina Legal.

Sin embargo, respecto a estos informes Botero aclara:

“No es representativo para todas (las mujeres de la ciudad), es representativo para las mujeres que fueron al médico; ninguna va porque le echaron un piropo en la calle. Sin embargo creo que aquí hay los datos sobre si el hecho ocurrió en espacio público o no (...) Tu deberías revisar estas estadísticas (...) Este es el dato que te va a servir, porque tú puedes decir ‘de los tantos casos (de violencia) que ocurrieron, tantos casos ocurrieron en la vivienda, y tantos ocurrieron en la vía pública’, y tú sacas un porcentaje (...) La variable tuya es el lugar del hecho, porque el grueso aquí es la vivienda, pero casi todas las otras serían en espacios públicos, es lo que tu deberías procesar (...) Si lees esos documentos ahí están los datos, lo poquito que hay, porque hay muy poquito, pero si están estos datos.”

En cuanto a este contexto, Botero previene el carácter de la ciudad como escenario peligroso para las mujeres: “Cali es una ciudad muy violenta (...) las cifras de feminicidio son las más altas del país, es decir, aquí matan más mujeres que en todo el país.”

Sin embargo, la creciente preocupación por la inseguridad de la mujer en las calles y la denuncia de las violencias no es algo casual, según Botero es gracias a la transición de las sociedades a la modernidad:

“Una de las características (de las transiciones) son las transformaciones familiares, por ejemplo, este texto (*Fecundidad y familia en Colombia: ¿Hacia una segunda transición demográfica en Colombia?* Flores C.E., 2013) muestra que las mujeres tienen menos hijos y que cada vez viven más solas (...) eso no pasaba hace 10 o 15 años, eso es nuevísimo. Pues en ese escenario en que las mujeres están viviendo solas es también que las mujeres están denunciando.”

Debido al aumento en las denuncias y la exposición de los distintos tipos de violencia, es importante ser claros en cuáles se van a abordar en el proyecto, pues esto ayuda a definir qué tipo de casos escoger para ilustrar:

“El acoso tiene varias dimensiones porque depende del espacio donde las mujeres están, entonces tenemos transporte público, ese es un acoso del espacio público, pero en particular en medios de transporte. Entonces, por ejemplo, tú puedes escoger casos distintos de acoso (...) Digamos que tú en la investigación puedes decir: ‘estos son los casos más comunes, o hago dos de la calle porque es donde las mujeres (...) sentimos más temor’, porque el acoso produce un efecto, produce miedo. Entonces tú puedes decir ‘yo me voy a dedicar a la calle’, es una elección que tú haces cuando estás planteando un problema, tu eres la que decide y dice ‘aunque este problema es más grande, yo voy a enfocar esto así’”.

Así, el poder de decisión sobre la cantidad y la temática de los testimonios a ilustrar pasan a ser exclusivamente del investigador, y legitima la selección de los relatos previamente escogidos. Respecto a estas historias, Botero recomienda también hacer entrevistas presenciales semiestructuradas para tener una visión más amplia sobre el impacto del acoso: “Ponte a conversar con mujeres, pregunta ¿Qué recuerdas?, ¿Cómo lo viviste?, ¿Cómo te afecta?, ¿Cómo te sientes?, ¿Cómo pasas

en la calle?, entra a hablar con las emociones de las mujeres y luego representas eso en el proyecto.” Por último, Botero concluye:

“Tu empiezas a contar la historia de una de ellas a partir de una gráfica o un diario, una caricatura, una tira cómica. (...) De eso se trata, de una entrevista semiestructurada, y de esa manera no necesitas una representatividad, tu estas buscando historias y eres una estudiante de pregrado, tu puedes hacer tres historias (...) No necesitas más, los datos no te van a servir sino para el contexto: ‘yo les voy a mostrar el tema de la violencia en la ciudad es complejo, Cali es una ciudad muy violenta, entonces las mujeres tenemos miedo’ (...) Pero a ti te toca empezar a explicar ese contexto, decir que: ‘la ENDS dice esto, que el Sivigila dice esto, y yo con mi arte y mi técnica voy a hacer piezas para mostrar esto para concientizar, para visibilizar, para transformar la política’, entonces ahí tú coges las historias y haces tu arte. Pero esto qué son las cifras te sirven solo para el contexto.”

Esta reunión resultó de gran importancia, pues gracias a Botero y sus aportes, se traza un norte en la investigación; se obtuvieron fuentes institucionales desconocidas hasta el momento que nutren el proyecto; y da luces sobre lo que deberían abordar las siguientes fases. Fue a su vez un aval de las decisiones hasta el momento tomadas y de gran ayuda para justificar las siguientes.

2.1.1 - Creación del contexto en Cali- El acoso en cifras

Siguiendo el principal consejo de Botero, a continuación, se procede a analizar los referentes expuestos en el punto anterior, fortaleciendo los datos mencionados en los ítems: Justificación y Estado del Arte, y reconfirmando con cifras exactas varias de las apreciaciones que se establecieron en la entrevista.

- **Encuesta Nacional de Demografía y Salud**

Nos remitimos al Capítulo 14. Violencias de género, apartado 14.5 Violencias en otros ámbitos (p.429), 14.5.1.1 Violencias ejercidas por personas diferentes a la pareja y 14.5.1.4 Acoso sexual (432). En este apartado:

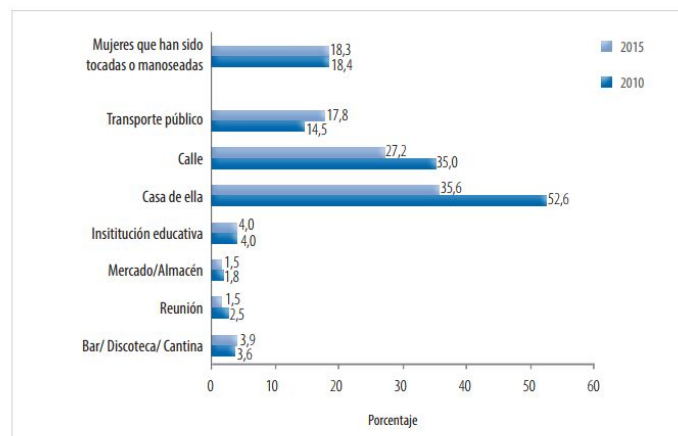
“La encuesta indagó en hombres y mujeres de 13 a 49 años, si alguna vez les habían tocado o manoseado sin que lo quisieran y el lugar en el que esto sucedió. Igualmente, indaga si alguna vez se habían sentido incómodas o morboseadas en la calle.” (ENDS, 2015, P. 433)

Los resultados señalan que 17,9% de mujeres entre 13 y 49 años las han tocado o manoseado sin su consentimiento, de ellas, el 35.3% de las mujeres fueron tocadas o manoseadas sin su consentimiento en su vivienda, el 26.6 % en la calle, y el 17.7% en el transporte público. (ENDS 2015, Tomo II P. 433)

Figura 35 Gráfico 14.7 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento y lugar



Gráfico 14.7 Mujeres de 15 a 49 años que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento y lugar donde sucedió, Colombia 2010-2015



Como se observa, los sitios donde las mujeres más han sido abusadas por personas en entornos distintos al hogar, es en la calle y el transporte público.

Por su parte, los rangos de edades en los que se concentran más mujeres que comentaron haber sido víctimas de esta agresión son entre los 35- 39 años (22.6%) 40-44 años (21%) y 30-34 años (20.6%), hecho que difiere con lo obtenido en las encuestas cualitativas realizadas en la primera fase (hecho entendible dada la diferencia de alcances). En cuanto al entorno, la agresión se dio en un porcentaje mayor en la zona urbana (19.4%) que en la rural (12%) (ENDS 2015, Tomo II P. 433)

Figura 36 Cuadro 14.16.1 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento, distribución porcentual de estas por lugar donde sucedió, según características seleccionadas

Característica	Porcentaje de mujeres que han sido tocadas o manoseadas	Número de mujeres	Lugar donde sucedió el tocamiento o manoseo									Número de mujeres que han sido tocadas o manoseadas
			Transporte público	Calle	Casa de ella	Institución educativa	Mercado o almacén	Reunión	Bar/discoteca/cantina	Trabajo	Otra	
Grupo de edad												
13-14	11.6	2,392	15.2	13.6	28.6	17.3	1.6	1.5	1.6	0.3	25.8	278
15-19	12.3	6,066	10.4	22.0	31.3	14.1	1.4	2.3	4.8	0.5	20.9	745
20-24	17.7	5,950	13.9	23.0	35.3	5.6	1.0	1.6	5.8	1.7	22.0	1,052
25-29	18.5	5,556	15.4	27.8	34.9	1.9	0.7	1.8	4.5	3.3	17.5	1,029
30-34	20.6	5,104	20.5	29.9	37.7	1.9	2.1	0.9	2.6	2.9	13.8	1,053
35-39	22.6	4,666	23.0	31.3	29.5	1.9	1.4	2.1	3.5	4.8	16.6	1,054
40-44	21.0	4,210	15.8	27.3	40.9	3.4	1.8	0.9	2.9	5.3	13.2	883
45-49	17.3	4,260	25.4	27.5	41.0	1.2	2.5	1.0	3.0	3.2	9.3	737
Zona												
Urbana	19.4	30,215	19.6	27.2	34.2	4.2	1.6	1.5	3.6	3.0	16.9	5,871
Rural	12.0	7,990	6.2	22.8	42.0	6.6	1.1	1.7	5.1	3.7	16.0	961
Región												
Atlántica	11.6	8,111	10.0	24.5	37.0	5.4	1.6	1.2	2.8	3.3	17.8	943
Oriental	18.0	6,553	13.0	30.8	36.2	3.6	1.7	0.9	3.5	3.0	13.7	1,178
Bogotá	27.2	6,576	35.1	24.4	27.5	2.7	1.3	0.9	1.8	1.7	16.6	1,790
Central	17.3	9,407	12.1	26.9	42.0	5.7	2.0	2.6	5.9	4.1	18.9	1,626
Pacífica	17.1	6,600	11.0	27.5	34.6	5.5	0.8	2.1	5.2	3.3	16.8	1,132
Orinoquía y Amazonía	17.1	958	8.3	24.5	44.2	9.0	1.4	0.4	4.1	4.9	13.2	163
Subregión												
Guajira, Cesar, Magdalena	9.9	2,257	4.7	30.3	47.2	4.1	0.8	1.2	2.6	3.0	8.2	223
Barranquilla A. M.	16.2	1,445	22.7	22.4	30.1	5.2	3.2	0.8	2.0	3.3	18.4	234
Atlántico, San Andrés, Bolívar Norte	14.6	1,385	7.7	18.0	30.1	5.4	0.5	1.8	4.0	4.7	28.1	202
Bolívar Sur, Sucre, Córdoba	9.7	2,266	3.4	24.0	42.5	7.3	2.1	0.4	2.4	2.2	19.7	219
Santanderes	16.7	2,408	13.1	29.1	39.2	6.2	1.9	1.8	3.6	3.4	10.5	401
Boyacá, Cundinamarca, Meta	19.1	3,467	11.0	32.2	34.8	1.9	1.3	0.5	3.6	2.8	16.6	664
Bogotá	27.5	5,809	36.0	25.3	26.7	2.4	0.8	1.0	1.5	1.8	16.7	1,596
Medellín A.M.	21.0	3,138	18.7	31.9	35.0	7.1	2.8	4.1	8.6	4.4	19.8	658
Antioquía sin Medellín	13.4	1,436	5.2	22.1	61.8	5.0	1.0	1.1	4.5	3.7	11.9	193
Caldas, Risaralda, Quindío	17.4	1,648	4.6	19.0	54.2	2.4	1.0	2.0	1.8	2.3	20.4	288
Tolima, Huila, Caquetá	15.9	2,037	5.2	22.6	40.5	7.8	1.0	1.5	1.8	5.4	21.4	325
Cali A.M.	19.7	2,159	18.6	25.7	28.6	7.1	0.0	0.5	4.6	1.5	23.4	425
Valle sin Cali ni Litoral	13.8	974	6.2	24.7	38.1	3.2	2.8	0.0	8.8	2.8	15.6	134
Cauca y Nariño sin Litoral	15.7	1,882	3.9	25.4	41.1	3.8	1.2	6.3	3.5	6.4	13.7	296
Litoral Pacífico	17.2	968	5.6	41.0	29.6	9.8	1.1	0.6	8.2	2.7	8.7	167
Orinoquía y Amazonía	17.1	865	8.0	24.8	44.5	9.0	1.4	0.5	4.2	4.6	13.4	148
Educación												
Sin educación	13.9	490	0.8	22.2	62.3	3.0	1.1	0.0	5.3	4.6	9.1	68
Primaria	12.8	6,052	6.2	20.7	52.4	1.4	1.4	1.5	4.3	5.0	13.4	775
Secundaria	16.8	18,836	12.7	25.9	37.0	6.5	1.6	1.5	3.8	3.5	16.7	3,170
Superior	22.0	12,827	27.0	29.2	28.1	3.3	1.4	1.6	3.7	2.1	18.0	2,819
Quintil de riqueza												
Más bajo	11.6	6,747	4.6	24.2	43.0	6.5	1.4	1.2	5.1	3.9	14.8	785
Bajo	15.7	7,837	8.4	27.2	42.5	4.4	1.5	2.4	3.7	3.8	15.2	1,229
Medio	17.7	8,052	14.2	27.0	38.2	4.1	2.1	1.7	2.8	4.3	16.2	1,424
Alto	21.2	7,768	17.5	28.1	36.1	3.6	1.6	0.9	3.8	2.8	15.8	1,647
Más alto	22.4	7,801	33.3	25.6	23.9	5.0	1.0	1.5	4.1	1.4	20.2	1,747
Total	17.9	38,205	17.7	26.6	35.3	4.5	1.5	1.5	3.8	3.1	16.8	6,832

A partir de esto podemos rescatar ideas importantes: pese a que la vivienda es donde más se presentan agresiones de este tipo, si se suman los porcentajes de mujeres acosadas fuera de sus casas, principalmente en la calle y el transporte público se obtiene un porcentaje considerablemente mayor. Por su parte, el que la mayor parte de este tipo de violencia haya ocurrido en la zona urbana indica que son las ciudades grandes donde se presenta un mayor peligro respecto al tipo de violencia que trata este proyecto (confirmando lo mencionado por Botero).

Continuando con el análisis de los datos, la encuesta nos indica que:

Las mujeres con niveles de educación más altos (secundaria y superior) tienen los porcentajes más elevados (16.8% y 22% respectivamente) de las mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento. Así mismo, el mayor porcentaje de mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento en entornos fuera del hogar están en los quintiles de riqueza alto y más alto (21.2% y 22.4%); y en los quintiles de riqueza medio, bajo y más bajo se ubican las mujeres que fueron manoseadas sin su consentimiento en su casa (43%, 42.5% y 38.2% respectivamente. (ENDS, 2015 Tomo II p.434)

Estos datos ayudan a perfilar el público objetivo del proyecto según su zona y nivel socioeconómico, al confirmar que las mujeres que se ubican en posiciones menos favorecidas sufren con mayor frecuencia abusos que están por fuera de las competencias que comprende este trabajo.

Continuando con los números de la ENDS 2015, y si se tienen en cuenta las sub regiones del país que más mujeres han reportado ser manoseadas o tocadas, se encuentra en primer lugar a Bogotá con 27.5 % (1,596 de 5,809 mujeres), seguida por Medellín con 21.1% (658 de 3,138 mujeres) y Cali con 19.7% (425 de 2,159 mujeres). Encontramos a Cali ocupando el tercer puesto del país con índices de acoso sexual más altos. Dentro de las características de la violencia, las cifras corresponden a las mostradas a nivel nacional, siendo la vivienda el lugar donde más se presenta este tipo de agresiones con 28.6%, seguida por la calle (25.7%) y el transporte público (18.6%).

Figura 37 Acercamiento Cuadro 14.16.1 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento en Cali

Boyacá, Cundinamarca, Meta	19.1	3,467	11.0	32.2	34.8	1.9	1.3	0.5	3.6	2.8	16.6	664
Bogotá	27.5	5,809	36.0	25.3	26.7	2.4	0.8	1.0	1.5	1.8	16.7	1,596
Medellín A.M.	21.0	3,138	18.7	31.9	35.0	7.1	2.8	4.1	8.6	4.4	19.8	658
Antioquia sin Medellín	13.4	1,436	5.2	22.1	61.8	5.0	1.0	1.1	4.5	3.7	11.9	193
Caldas, Risaralda, Quindío	17.4	1,648	4.6	19.0	54.2	2.4	1.0	2.0	1.8	2.3	20.4	288
Tolima, Huila, Caquetá	15.9	2,037	5.2	22.6	40.5	7.8	1.0	1.5	1.8	5.4	21.4	325
Cali A.M.	19.7	2,159	18.6	25.7	28.6	7.1	0.0	0.5	4.6	1.5	23.4	425
Valle sin Cali ni Litoral	13.8	974	6.2	24.7	38.1	3.2	2.8	0.0	8.8	2.8	15.6	134
Cauca y Nariño sin Litoral	15.7	1,882	3.9	25.4	41.1	3.8	1.2	6.3	3.5	6.4	13.7	296

Sin embargo, estas no son las únicas cifras preocupantes de la ciudad, pues para el 2015, 10 de los municipios más violentos de Colombia 7 son vallecaucanos: Cali, Palmira, Buga, Tuluá, Jamundí, Yumbo y Cartago, además de presentar tasas de homicidio más altas que el promedio nacional, registrando “1555 asesinatos en 2014. Es decir, mataron a una persona cada 5,7 horas.” Con este dato, de lejos, Cali es considerada la ciudad más violenta del país y la novena del mundo, según un listado de la Revista Forbes (El Tiempo, 2015)

- **Informe Epidemiológico de Violencia Intrafamiliar, Violencia contra la mujer y violencia sexual (2015)¹⁴**

En este Informe se notificaron 4.833 casos de violencia intrafamiliar y sexual, de los cuales el 83% de las víctimas son mujeres, el 60% son menores de 25 años y el grupo etario más afectado se encuentra entre los 10 y 14 años.

¹⁴ El Informe Epidemiológico es una Base de datos de eventos de interés de Salud Pública captados por las IPS dentro del territorio municipal, en Cali. Su principal fuente es el SIVIGILA (Sistema de Vigilancia en Salud Pública)

Figura 38: Tabla 8. Violencia de género por edad, sexo, seguridad social, étnica, Cali, 2015

Violencia de Género por edad, sexo, seguridad social y etnia, Cali, 2015					
Características	sexo		Total	%	
	hombre	mujer			
Grupo_etario	menor 1 año	43	44	87	2
	1 a 4 años	172	252	424	9
	5 a 9 años	160	269	429	9
	10 a 14 años	118	605	723	15
	15 a 19 años	61	479	540	11
	20 a 24 años	60	587	647	13
	25 a 29 años	53	552	605	13
	30 a 34 años	49	372	421	9
	35 a 39 años	26	272	298	6
	40 a 44 años	20	185	205	4
	45 a 49 años	15	121	136	3
	50 a 54 años	13	89	102	2
	55 a 59 años	16	60	76	2
	60 a 64 años	9	51	60	1
	65 a 69 años	4	19	23	0,5
	70 a 74 años	2	18	20	0,4
	75 a 79 años	6	10	16	0,3
80 a 84 años	2	7	9	0,2	
85 y mas años	3	9	12	0,2	
total	832	4.001	4.833	100	
Tipo SS	Subsidiado	372	1.903	2.275	47
	Contributivo	349	1.713	2.062	43
	No Asegurado	88	296	384	8
	Excepción	19	53	72	1
	Especial	4	36	40	1
Etnia	Otro	729	3468	4197	87
	Negro, mulato afro colombiano	78	452	530	11
	Raizal	19	27	46	1
	Indígena	3	38	41	1
	Rom, Gitano	3	14	17	0,4
	Palanquero		2	2	0,04

fuentes: sivegila sspm Cali

Tabla No. 8. Violencia de género por edad, sexo, seguridad social y etnia, Cali, 2015.

En cuanto a características de la violencia, sólo se tendrán en cuenta los casos de acoso sexual, que representó el 1% de las violencias registradas. Es necesario aclarar que estas cifras se obtienen de las denuncias realizadas en los sistemas de salud (recordando lo mencionado por Botero) por ende no es de extrañar un porcentaje tan bajo en comparación con la violencia física (57%) y el abuso sexual (25%). En todos estos casos, las mujeres fueron las principales víctimas presentando 7 hombres, 49 mujeres; 386 hombres, 2374 mujeres; y 171 hombres, 1025 mujeres; respectivamente.

Prosiguiendo con los datos sobre acoso sexual, el porcentaje de agresiones según los escenarios confirman lo encontrado en la ENDS 2015, siendo la vivienda el lugar donde se presentan más casos (3001 agresiones, 74%), seguido por la vía pública (693 agresiones, 17%). Con esto, se confirma la determinación de centrarse en las historias ocurridas en la calle y transporte público.

Figura 39 Tabla 9. Violencia de género según características que rodean la violencia Cali, Informe Epidemiológico 2015

Características que rodean la violencia					
Violencia de Género según características que rodean la violencia, Cali, 2015					
Características	sexo		Total	%	
	hombre	mujer			
Tipo de violencia	Violencia física	306	2.374	2.780	57
	Abuso sexual	171	1.025	1.196	25
	Negligencia y abandono	202	205	407	8
	Violencia psicológica	54	240	294	6
	Violación	8	87	95	2
	Acoso sexual	7	49	56	1
	Actos sexuales violentos	4	11	15	0,3
	Explotación sexual comercial de NNA	0	4	4	0,1
	Violencia sexual en conflicto armado	0	5	5	0,1
	Trata de personas para explotación sexual	0	1	1	0,02
	total	832	4.001	4.833	100
Sexo del agresor (a)	hombre	521	3.179	3.700	77
	mujer	290	709	999	21
	sin dato	21	113	134	3
Grupo etario agresor (a)	10 a 14 años	74	157	231	5
	15 a 19 años	62	407	469	10
	20 a 24 años	110	526	636	13
	25 a 29 años	107	583	690	14
	30 a 34 años	115	549	664	14
	35 a 39 años	78	446	524	11
	40 a 44 años	48	203	241	7
	45 a 49 años	32	198	230	5
	50 a 54 años	40	180	220	5
	55 a 59 años	13	85	98	2
	60 a 64 años	11	78	89	2
	65 a 69 años	6	32	38	1
	70 a 74 años	3	23	26	1
	75 a 79 años	2	16	18	0,4
	80 a 84 años	1	4	5	0,1
	85 y mas años		5	5	0,1
	sin dato	130	419	549	11
Total general	832	4.001	4.833	100	
Relación familiar con la víctima	Otros	246	973	1.219	25
	Esposo (a)	46	604	650	13
	Compañero (a) permanente	37	573	610	13
	Madre	198	247	445	9
	Padre	105	187	292	6
	Novio (a)	8	282	290	6
	Ex - compañero (a) permanente	19	225	244	5
	Ex - esposo (a)	15	197	212	4
	Hermano (a)	24	106	130	3
	Primo (a)	32	84	116	2
	Tío (a)	24	86	110	2
	Ex - novio (a)	4	104	108	2
	Padrastro	13	88	101	2
	Hijo	20	77	97	2
	Cuñado (a)	5	46	51	1
	Abuelo (a)	15	34	49	1
	Ex amante	2	11	13	0,3
Suegro (a)	2	9	11	0,2	
Amante	3	5	8	0,2	
Encargado (a) del NNA/Adulto mayor	4	4	8	0,2	
Madrastra	2	5	7	0,1	
sin información	8	54	62	1	
Escenario	Vivienda	588	3.001	3.589	74
	Vía pública	148	693	841	17
	Otro	22	88	110	2
	Centro educativos	32	41	73	2
	Lugares de esparcimiento con expendio de alcohol	17	53	70	1
	Espacios terrestres al aire libre (Bosque, potreros, etc)	8	57	65	1
	Establecimiento comercial (tienda, centro comercial, etc)	12	49	61	1
	Oficina o edificio de oficinas	3	14	17	0,4
	Sitio de reunión	1	4	5	0,1
	Deportivo	1	1	2	0,04
Convivencia con el agresor	no	194	1.303	1.497	31
	si	389	1.688	2.077	43
	sin dato	249	1.010	1.259	26

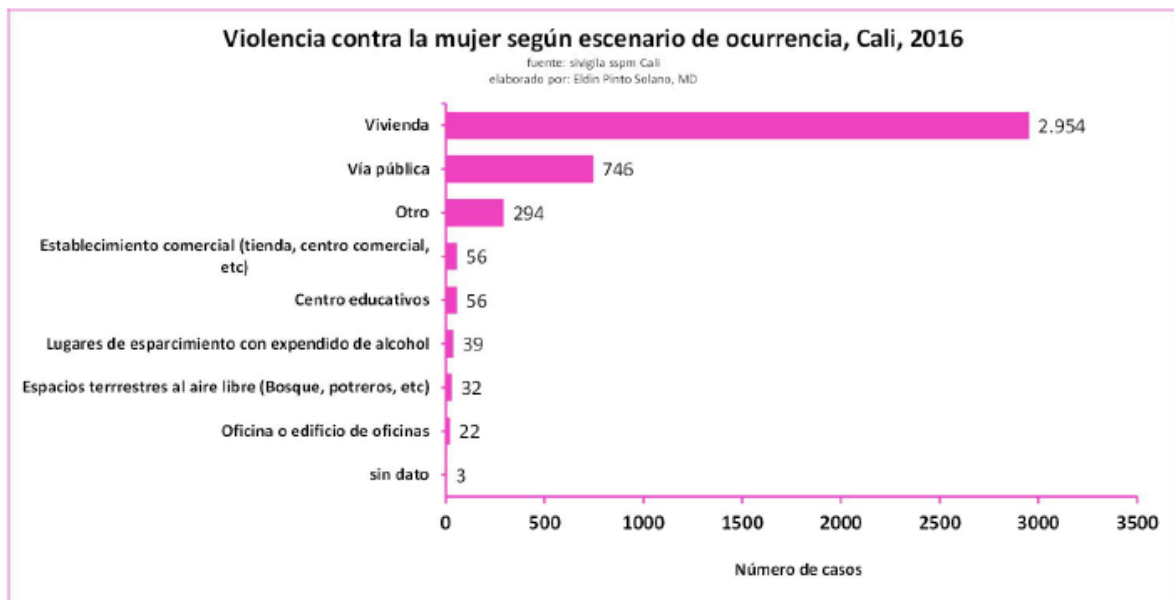
Tabla No. 9. Violencia de género según características que rodea la violencia, Cali, 2015.

Llegados a este punto es importante resaltar que las cifras presentadas previamente gracias a la ENDS 2015 y el Informe Epidemiológico de violencia en Cali 2015, son correspondientes a casos de acoso sexual, que podrían incluirse dentro de la categoría más grave de acoso callejero, pero no son registrados como tal ni representan lo mismo, por lo que siguen sin existir estadísticas concretas y oficiales sobre este tipo de acoso en mujeres en la ciudad.

- **Análisis de Violencia Contra la Mujer¹⁵**

El último referente del contexto es el Análisis de Violencia Contra la Mujer 2016, quienes por medio de datos del Sivigila, revelan una vez más que luego de la vivienda, la calle es el segundo escenario donde se presentan más casos de violencia.

Figura 40 Tabla 8. Violencia de la mujer según análisis de violencia 2016



Una vez más cabe recordar, que estas cifras sirven para comprender que los espacios públicos representan escenarios peligrosos en general, y particularmente para las mujeres, sin embargo, no están directamente relacionados con el acoso callejero.

- **2.1.2 Conclusiones**

Gracias a la ENDS 2015, el Informe Epidemiológico 2015 y el Análisis de Violencia 2016 se logra crear un panorama nacional y local sobre la relación de las mujeres con el espacio público. Cali es uno de los municipios más violentos del país, sin embargo, el panorama empeora para las mujeres, pues aparte de la delincuencia común, la violencia de género es un problema latente y preocupante dadas sus cifras elevadas, siendo la tercera ciudad del país con índices de acoso más altos.

¹⁵ Informe realizado por el Observatorio Municipal de Salud Mental y la Secretaría de Salud Pública Municipal de Cali

Respecto al acoso sexual callejero, sólo es tratado en la ENDS 2015 como un punto específico del estudio, se percibe en los informes locales el enfoque hacia la violencia, principalmente del hogar, por lo que no existen cifras de acoso sexual callejero brindadas por entes de la ciudad. Cabe resaltar que este proyecto no abarca casos de violencia.

Por otro lado, los estudios arrojan datos importantes para perfilar el público objetivo del proyecto, al comprender que la violencia ocurrida en espacios públicos, y particularmente el acoso sexual afecta en mayor proporción a mujeres jóvenes-adultas, con estudios universitarios y pertenecientes a los quintiles de riqueza alto y más alto.

2. 2 - Perfilamiento de la Figura de la mujer caleña en la cultura popular

2.2.1 Cali como capital de la belleza y el deporte

Teniendo ya un contexto sobre la violencia en la ciudad, específicamente aquella relacionada al género femenino en espacios públicos, es importante entender qué hay detrás de estos datos. Así, se realiza un panorama general sobre la percepción de la imagen de la mujer caleña en la cultura popular, centrándose en la incidencia de estos resultados en el fenómeno del acoso callejero.

Para ello, retomamos a Minotta (2014), quien de entrada nos plantea el contexto cultural: Cali, capital del Valle y de la salsa, pero también de la belleza y el deporte; siendo la belleza de sus mujeres uno de sus activos más exhibidos y reconocidos a nivel nacional, son comunes expresiones del tipo “Son las más femeninas del país” o “La cercanía con el Pacífico hace que la manera como sienten la vida sea más alegre, que sean más expresivas con su cuerpo y con su ropa” (Periódico el País, 2011. Citado por Minotta, 2014. pág. 7).

Estos elementos: la diversidad étnica y cultural, sumados a la percepción generalizada de la belleza de las mujeres, y la popularización de las cirugías

plásticas, han construido en la ciudad unos ideales sobre la belleza basados en el cuerpo femenino (Minotta, 2014).

Por otra parte, las condiciones climáticas de la ciudad, por lo general con altas temperaturas, hacen propicio el uso de ropas desabrigadas:

“Escotes, shorts, camisillas, camisetas, sandalias, las telas delgadas y frescas que permitan tanto mostrarse como sobrellevar de mejor manera el calor de la ciudad (...) Por este tipo de mujer, Cali se diferencia de otras regiones del país, por la tendencia a mostrar los atributos jugando con la sensualidad, la sexualidad y otros factores característicos de la ciudad.” (Minotta, 2014, p. 58)

Vemos entonces cómo se ha construido el estereotipo de una mujer caleña sensual, que se siente a gusto exhibiendo sus atributos por medio de un código de vestimenta libre y descomplicado.

Cabe aclarar que de entrada esto no indica algo negativo en sí, pues se puede entrever que algunas caleñas disfrutan de la atención que confiere esta percepción de su imagen. El verdadero objeto de estudio yace en entender estos estereotipos como “mecanismos para impartir formas de verse y comportarse”. (p.6)

Según Minotta, el espacio público es un elemento determinante en la construcción de identidad de género de un individuo, y el refuerzo de estos roles, en el caso particular de las mujeres, encasilla la expresión de la personalidad y el valor de la mujer en función de su imagen “ornamental”. Con esto obtenemos un indicio sobre la futura representación gráfica de las caleñas.

Entendiendo estos patrones de conducta que afectan la identidad y percepción de la mujer, es momento de preguntarse por el género masculino, ¿Cuáles son los cánones que reproducen? y ¿cómo pueden aportar a la construcción del lenguaje gráfico del proyecto?

2.2.2 La salsa, orgullo caleño al igual que sus mujeres

El espacio público y la cultura son entes que van de la mano, y las mecánicas sociales que se desarrollan en uno influyen en el otro. Así, se escoge la salsa,

estándar cultural de la ciudad, como medio para obtener más información sobre la representación de la mujer en la cultura caleña y la relación con el entorno.

Retomando a Flores & Pérez (2014):

“La música salsa es un medio por el cual se expresan diferentes visiones y maneras de representar el mundo. La salsa es de vital importancia para la construcción de imaginarios y representaciones de lo latino ante el mundo, reproduciendo también en el discurso aspectos importantes de la cultura occidental.” (p.52)

Así, se hace una selección de nueve canciones reconocidas en la ciudad, centrándose en el género de la salsa, en las cuales se hacen alusiones directas a las mujeres caleñas, y se revisa la manera en que se representan en sus letras. Con ello se obtiene el siguiente cuadro:

Figura 41 Referencias a las mujeres caleñas en la música popular

Canción	Género musical	Comentarios
Las caleñas son como las flores	Salsa	"Cali, tierra de lindas y hermosas mujeres." "Las caleñas son como las flores que vestidas van de mil colores." "Caminando van por las aceras contoneando llevan su cintura" "Las sencillas son como violetas, las bonitas son como gardenias, las hermosas son como las rosas, las negritas son una ricura, las gorditas son la sabrosura, las flaquititas son no hay sin duda. "
Las caleñas	Salsa	"Tantas caleñas tan lindas que hay y yo no se a quien mirar, tanta guapita para besar. " "Las caleñas con su caminar me hacen delirar." "Son rosas de un jardín de amor que alguien plantó"
Para tí caleña	Salsa	"Venga mi caleña mia del valle la soberana La mas linda del jardín." "De las flores eres la que siempre dios reclama Porque caleñita... hasta dios te ama"
Oiga mire vea	Salsa	"las mujeres son lindas y hermosas aquí no hay fea para que vea." "Las mujeres de Cali tienen sabrosura, las mujeres de Cali mueve la cintura."
Caleñita	cumbia	"Donde quiera van, las caleñas sí saben gozar"
Linda Caleña	Salsa	"linda caleña amamee... linda caleña quiereme..." "por que las caleñas son son tan lindas como rosas..." "linda caleña yo sin ti no puedo estar..."
Cali de rumba	Salsa	"Que lindas son las mujeres tan bellas como las flores"
Linda caleñita	salsa	Linda caleña, caleñita sin igual tu eres La belleza donde cantan los amores Tienes la gracia y la dulzura tropical Por eso caleñita yo te canto mis canciones
Mujer Caleña	cumbia	"Tiene los ojos encantadores que me fascinan con su brillar que parece un sol que me domina y su cabello que parece pétalos de rosa hace contraste con su cuerpo figura de Diosa"

Se observa en esta selección de canciones una reiterativa admiración a la belleza de la mujer, atributo que le dificulta a los hombres “saber a quién mirar”. Igual que en el ítem anterior, estas referencias no son negativas en sí mismas, pero pueden explicar la normalización del acoso callejero, desde su primer eslabón: El piropo callejero, al validar los atributos físicos de la mujer como algo que todo hombre debe constantemente disfrutar y exaltar.

Carvajal (2015) cita a Kate Millet, quien “en su teoría de política sexual sostiene que tanto el amor cortés como el amor romántico, al atribuir a las mujeres virtudes idealizantes las han marginado a un escenario de acción restringido y represivo.” (p.27) Así, el piropo como acción naturalizada, inevitable e inofensiva, puede ser el primer paso que incite al hombre a acceder a los siguientes niveles de acoso callejero. (p.3)

Por otro lado, continuando con el análisis de las letras en la salsa, es evidente la constante comparación de las caleñas con las flores (especialmente rosas). El icónico dicho “las caleñas son como las flores” está en el ADN de todos los caleños, y es repetido incluso a nivel internacional; la ciudad resulta un jardín lleno de flores cuyo fin es ser admiradas por los hombres.

2.2.3 Conclusiones

¿Se puede concluir que esta asociación puesta en evidencia, reafirma el valor de la mujer con base en su imagen ornamental? Sin duda es un aspecto que coincide, refuerza los estereotipos mencionados, e identifica a la caleña, blanco de piropos como anónima, frágil, pasiva y bella. Sin embargo, no se tomará una postura respecto a este discurso en el momento, pues también se tienen en cuenta las virtudes positivas de esta denominación, y un punto importante: por medio de esta metáfora se encuentra un camino para asociar gráficamente a la mujer como concepto y la ciudad como escenario cargado de valores culturales y estéticos.

Se decide dialogar este tema en la siguiente fase en el grupo focal.

3. FASE 3. UN ACERCAMIENTO PROFUNDO A LOS TESTIMONIOS

Continuando con los consejos obtenidos en la asesoría de Waldor Botero en Casa Matria, se pactó un encuentro con tres voluntarias, cuyos testimonios de acoso hubieran pasado a la etapa de preselección, bajo las condiciones mencionadas en la Fase 3 (máximo tres jóvenes, con edades similares y necesariamente conocidas entre sí).

De esta manera, el día 5 de mayo de 2018 se realizó el encuentro en instalaciones del Instituto Departamental de Bellas Artes. Tuvo una duración de 1 hora 40 minutos, cumpliendo con lo previsto en el *formato de construcción de actividades*. (Ver anexo 2)

Antes de iniciar se explica el contexto de la actividad y pide un consentimiento escrito a las participantes para el uso de su imagen en los medios pertinentes para la presentación del proyecto. (Anexo 6 Consentimiento firmado)

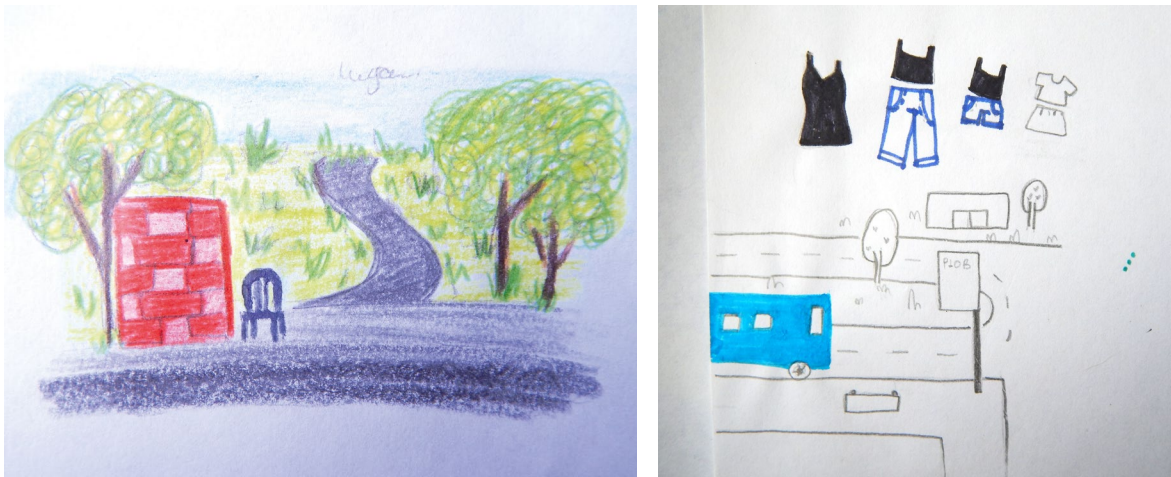
Figura 42 Grupo Focal



Se plantearon 5 secciones para desarrollar la entrevista semiestructurada. A continuación, cada una de las secciones con sus respectivos objetivos y resultados:

- **Sección 1. Introducción:** Calentamiento para entrar en confianza y familiarizar a las participantes con las dinámicas. Las actividades propuestas para esta fase fueron: dibujar su comida y ropa favorita, cómo se visten en un día común y un sitio de Cali por el que pasan a menudo. Para ello se destinó un tiempo de 10 minutos.

Figura 43 Dibujos fase 1



- **Sección 2. Imagen de la mujer caleña:** Se inicia con este punto para entrar en materia, retomando la cuestión tratada en la fase 2.2, y apuntando a cumplir con dos objetivos: conocer la opinión de las chicas sobre cómo es percibida la imagen de la mujer en la cultura caleña y de qué manera esos imaginarios aportan a la construcción de la narración gráfica del proyecto. A continuación, las preguntas realizadas en esta fase y el resumen de las respuestas. (Anexo 7 transcripción del grupo focal)

- **Pregunta: ¿Cómo creen que se percibe la imagen de la mujer en la ciudad?**

Las participantes concluyeron de manera unánime que existe una idealización de la belleza predominante en la ciudad, la mujer caleña curvilínea, voluptuosa, influenciada por la estética del narcotráfico y las cirugías estéticas. En cuanto a la

personalidad, consideran que impera la percepción de una mujer siempre sociable y alegre: “Es que creen que uno por ser caleño tiene que ser un trompo. Y no.”

- **Pregunta: Respecto a las caleñas son como las flores ¿Qué piensan? ¿Se identifican?**

La respuesta dividió en un principio a las voluntarias, quienes llegaron a una conclusión similar a la planteada en el punto 2.2.3: Es una frase que puede ser interpretada de manera positiva o negativa para las mujeres, por un lado, representa la belleza, calidez y variedad de las caleñas; por otro la fragilidad, la obligación de cumplir con un prototipo de belleza.

Luego de conversar unos minutos, concluyeron que sí se sienten identificadas con la frase, centrándose en el lado positivo, la diversidad y la alegría, siendo este un motivo de orgullo.

Se concluye conservar la metáfora de la mujer/flor desde un sentido de hermandad y diversidad enmarcado en el contexto caleño para ser usado posteriormente en una representación gráfica.

- **Sección 3. Graficar experiencias:** Basándose en el método “prototipos de empatía” se solicita a las participantes ilustrar una experiencia de acoso (sin ser necesariamente la misma que fue preseleccionada), y a un acosador en particular que recuerden para después dialogar entre todas. El objetivo de esta sección es extraer características físicas y psicológicas que sirvan para crear perfiles de los personajes a ilustrar, referentes en cuanto a trazo y escritura de las chicas y analizar sus reacciones involuntarias al narrar sus experiencias en voz alta.

Figura 44 Resultados fase 3 - ilustraciones de casos de acoso

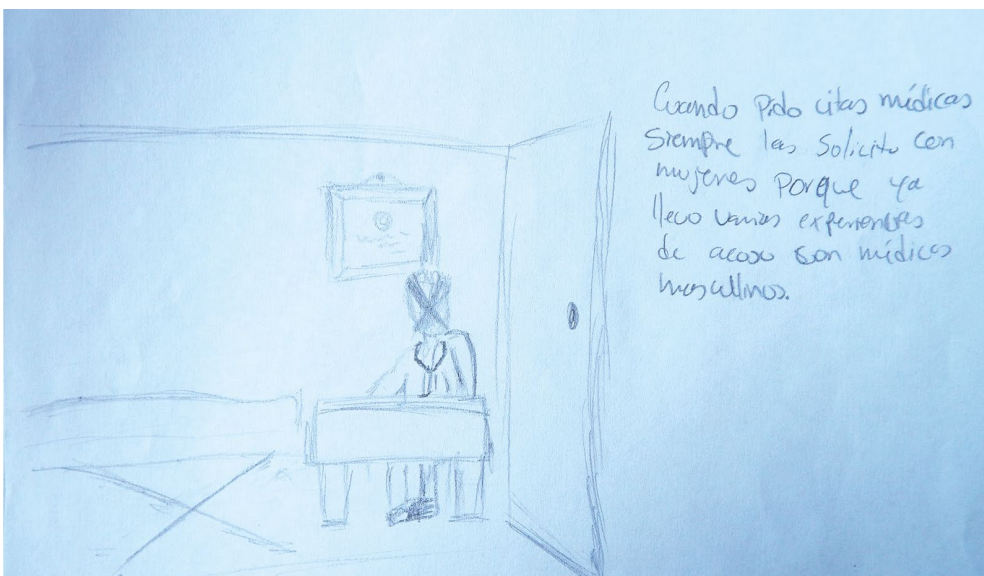
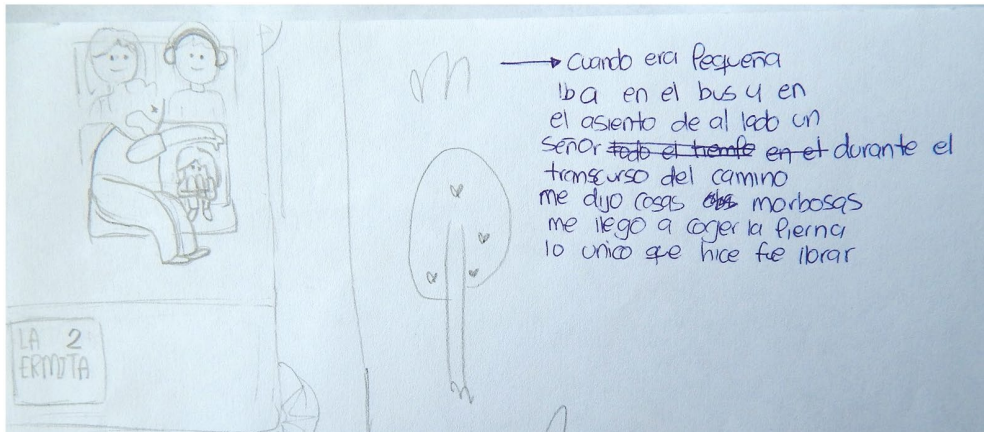
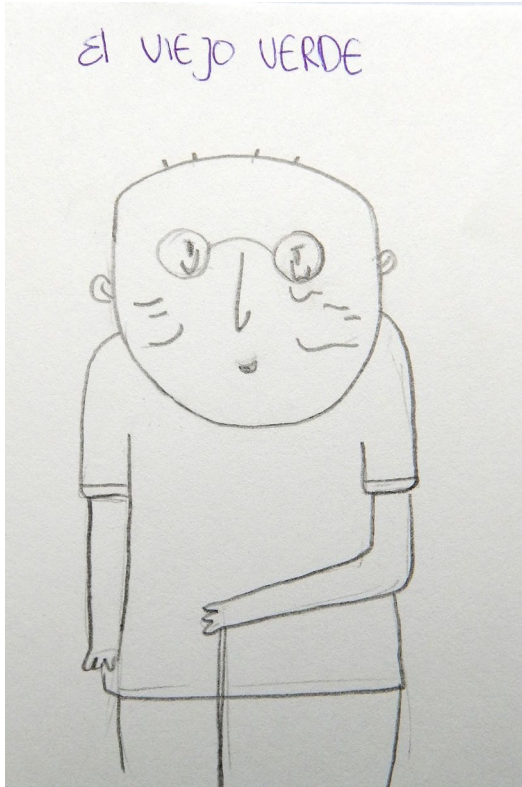


Figura 45 Resultados fase 3 - ilustraciones de acosadores



De esta fase se concluyen dos puntos importantes: **1.** Hubo una notoria incomodidad al momento de socializar las historias de acoso, quizás esto marcó el estilo de dibujo que todas manejan, pues a diferencia del primer ejercicio donde en general usaron colores y tuvieron trazos más cuidados, en este punto todos los dibujos fueron lineales y desordenados. Esta incomodidad se disipó a medida que encontraban puntos en común entre sus vivencias.

2. Establecen que no existe un perfil característico de los acosadores, pese a que existen estereotipos (el constructor, el viejo verde, etc.) es latente la impresión de que cualquier hombre puede ser un acosador, independiente de su apariencia o nivel socioeconómico.

- **Sección 4. Decisiones sobre el medio y las posibles dinámicas del proyecto:** Sección principal del encuentro, tiene varios objetivos: Entender la postura de las voluntarias respecto a la exposición de sus historias como medio para enfrentar el acoso; conocer sus expectativas respecto a un proyecto que narre sus vivencias y comprender en qué medida son capaces de demostrar su incomodidad en contra del acoso callejero en público y redes sociales. Para ello se emplean los métodos ¿Cómo sería? y brainstorm.

Así obtenemos las siguientes preguntas: ¿Cómo se sienten cuando las acosan? ¿Por qué creen que se dan esos comportamientos machistas? ¿Creen que se deberían exponer esas reflexiones e historias? ¿Por qué? ¿Qué medio o estrategia imaginan más adecuado para ello? Por otro lado, se les pide proponer dinámicas para denunciar el acoso.

- **Pregunta: ¿Cómo se sienten cuando las acosan?**

*Fragmento de las respuestas:

V2: A mí me da mal genio, quiero devolverme, y no sé, pegarles un puño en la cara, que les hagan mucho daño para que sepan cómo se siente uno.

V1: Uish...

V2: Es que es así...

V1: A mí me da muchas veces impotencia, me da rabia e impotencia.

V3: Y muchas veces, aunque últimamente intento contestar, realmente uno se queda en blanco, y después me da rabia por haberme quedado callada.

V2: es que yo no soy nada violenta, pero me provocaría hacer algo así porque uno se siente vulnerable, y que si uno se defiende le va a pasar algo peor.

- **Pregunta: ¿por qué creen que se dan esos comportamientos machistas?**

*Fragmento de las respuestas:

V2: Es que el hombre no nace machista, lo hacen machista. ¿Al niño por qué no le enseñan a cocinar?

V1: Y a uno le dicen “cásese para que la mantengan”

V2: Y tiene que ser con plata, que te mantenga a vos y a toda tu familia. Mi mamá es muy machista, es “el hombre esto, el hombre lo otro, no salga sin un hombre”. Como si uno fuera todo débil.

V1: Pero eso es lo maluco, por más que uno no quiera, necesita un man que lo defienda.

V2: pero es que uno no tiene por qué defenderse, andar con guardaespaldas.

V3: ¿Y es que no han visto? Cuando uno anda con un man ahí si nadie dice nada. Y eso da mal genio, porque ¿Cómo así, él merece respeto y yo no?

(...)

V3: Es que ¡ah!, qué horrible, ser mujer es difícil. Y si uno se queja le dicen “es que no le han hecho nada”, o sea, hay que esperar realmente hasta que te hagan. Si hablas te dicen que estás siendo dramática.

V2: Es que acá tiene que llegar lo peor, a que te violen y te maten para que hagan algo.

V1: Es que es algo que está muy normalizado, a uno le dicen algo en la calle y todo el mundo piensa que es normal, hasta uno.

Pregunta: Teniendo en cuenta que casi todas las mujeres hemos pasado por situaciones similares, ¿Qué piensan sobre mostrarlas?, ¿Están de acuerdo?

*Fragmento de las respuestas:

Todas: sí, claro.

V2: Sí claro, y también me gustaría ver la percepción de los hombres.

V1: Por ejemplo, un man con novia, cuando ve que le dicen algo, ahí si entiende.

V2: y las mujeres también (deben entender), porque a veces a uno le dicen algo, uno se enoja, y le dicen ‘ ¿Por qué te enojas? Si te están diciendo algo bonito, o al menos te desean, a mí no me dicen nada. ‘

V1: Y uno como ‘yo no estoy pidiendo que me digan nada’.

V3: ¿Será? Yo creo que a todas las mujeres nos han dicho algo. Vos podés ir horrible o como sea. Si a uno le pasa de niña.

- **Pregunta: ¿Entonces si están de acuerdo con que se muestren esos relatos?**

*Fragmento de las respuestas:

Todas: sí

V1: Aunque yo sé que muchas personas van a decir, ay sí que pereza, eso no es cierto, tan exageradas, feminazis.

V2: Pero es que yo creo que con una que se pare a hablar ya todas hablan, lo que estaba pasando con las violaciones, dicen que eso es de ahora.

V1 y V3: ¡No!

V3: Eso es de siempre.

V2: Lo que pasa es que ahora, una decidió hablar y generó una reacción en cadena.

V3: Es que uno se siente más seguro cuando alguien más habla.

- **Pregunta:** ¿cómo se imaginan esos relatos? ¿Cómo los verían?

*Fragmento de las respuestas:

V1: Yo creo que es muy jodido, porque por redes sociales hay muchas historias, (...), Y pasarlas en un papel, la gente no las va a leer.

V3: Sería chévere como en Pictoline.

V1: Pero es que eso ya hay mucho, y la gente no lo toma a uno en serio, le dicen a uno feminazi. A mí particularmente, me encantaría un espacio en donde hubiera mucha gente y niñas diciendo sus experiencias. Como estar en San Antonio con un micrófono y decir “me pasó esto, esto y esto” y contar sus experiencias, que se escuche. Pero lo de ver y leer la gente no lo toma en serio, que llegue a más gente, que los toque.

V2: Una película, o un documental puede ser. Y también creo que debería hacerse en espacios públicos y decirle al gobierno que ponga sanciones fuertes, porque como es posible que lo violen a uno y uno es el culpable.

V1: Sí, votaría por los espacios públicos, me gustaría hacer una especie de evento, porque es muy diferente verle el tuit a una persona, que verla hablando y sacando fuerzas de donde no las tiene para contar.

V2: Por ejemplo, el video de la niña de España, eso trascendió mucho porque la gente salió a apoyarla.

V1: Y también el hashtag de #MeToo, #YoTeCreo. También el de #Cuéntalo: yo lo cuento por tal niña, porque otra no pudo contarle, es muy fuerte.

- **Pregunta: Pensando cómo mostrarle al mundo dinámicas para mostrar la inconformidad del acoso, ¿qué tipo de actividades harían?**

V2: Yo creo que pondría algo como “aquí me dijeron algo”, que cuando la gente pase vea que, en ese lugar hubo acoso, y sería muy interesante si todo el mundo hiciera el ejercicio, podrían ver que en todas partes han acosado a una mujer. Que no es un tema que pase ahora y en cinco meses, sino de todos los días.

V3: Que todas las que pasen pongan ahí algo.

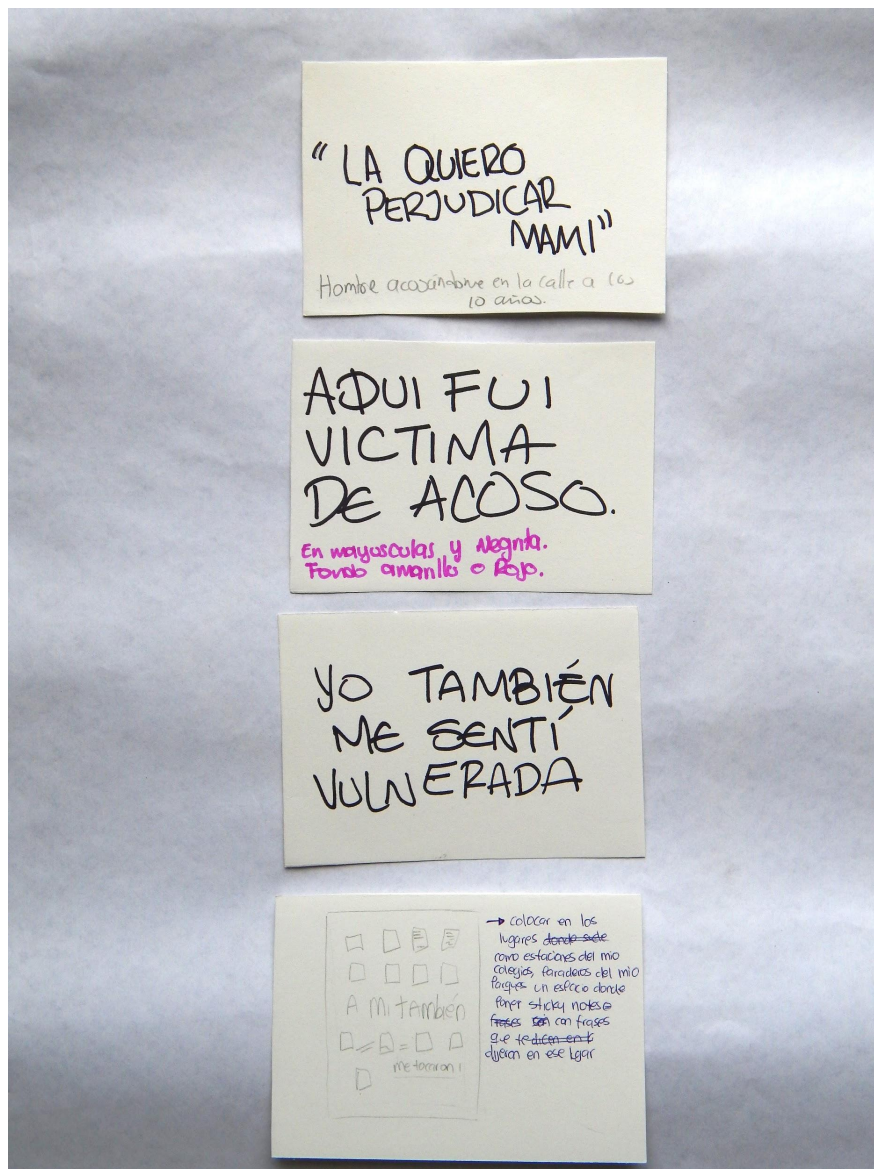
J: ¿Y qué pondrían ahí?

V3: Un sticker.

V1: Yo pondría un piropo, o una de las cochinadas que me dicen.

V2: Yo pondría algo como “aquí fui víctima de acoso”

Figura 46 Frases que pondrían en lugares públicos



- **Sección 5. Caracterización del proyecto:** En esta última sección se les solicita a las voluntarias crear un moodboard con adjetivos, ilustraciones e imágenes que representen al acoso callejero. Esto con el objetivo de obtener referentes y sugerencias respecto al tono de comunicación y características gráficas del proyecto.

J: Aquí hay una serie de ilustraciones que muestran el acoso callejero, vamos a describir qué tipo de lenguaje y tono de comunicación Uds. pondrían en un proyecto que hable sobre este tema: agresivo, educativo... ¿Y cuáles de estas imágenes les gustan y por qué?

*Fragmento de las respuestas:

- Revisan las imágenes propuestas para el moodboard

V3: A mí me gusta cuando es como sarcástico, fuerte, pero sin necesidad de ser explícito.

V2: es que los que no muestran tanto a veces son los más impactantes.

V1: Bacano cuando se dicen las cosas directas, cuando el mensaje es muy chocante duele.

J: ¿Y en cuanto a los colores?

V2: A mí me gustaría dúo tono, que manejen contraste.

V1: A mí me gusta que tengan colores femeninos, pero igual fuertes.

Al final, las voluntarias seleccionaron las imágenes que fueron de su agrado, dando como resultado el siguiente moodboard:

Figura 47 Moodboard construido por las voluntarias¹⁶



Como se observa, son variados los estilos gráficos seleccionados, presentando dos tendencias principalmente: ilustraciones lineales con elementos que resaltan en color, e ilustraciones con colores planos y un estilo de representación sencillo. Destacan paletas de color en general frías, con acentos de color cálidos o llamativos.

3.1 Conclusiones

Son diversos los aportes que tiene esta fase para el proyecto. En primera instancia se obtiene un concepto gráfico: la mujer caleña como flor, tomando las connotaciones positivas de esta metáfora, y definiéndose como símbolo de diversidad y unión entre mujeres. Este aspecto será tomado como pilar de la estética y conceptualización del proyecto.

En segundo lugar, se extrae un canon en la representación de los acosadores: entes anónimos, ilustrados sin rasgos físicos particulares más allá de la edad o algunas profesiones (adultos mayores, obreros y taxistas). Hecho que concuerda con lo

¹⁶ Para la elaboración del Moodboard se mostraron ilustraciones del libro Sólo es un Piropo, La Ché, Lola Vendeta, el OCAC, Henn Kim, y fotografías de intervenciones callejeras.

reiterado por las voluntarias “cualquiera puede ser un acosador”, y con las descripciones de los mismos en los testimonios recopilados, pues ninguno incluye alguna referencia física del victimario. Respecto al impacto del acoso callejero en las jóvenes, es innegable la manera en que la problemática afecta su relación con el entorno, y se convierte en un problema en la medida en que limita su libertad de circulación, al sentir constantemente en riesgo su integridad física y tranquilidad.

Respecto a la exposición de las experiencias de acoso, todas lo consideran pertinente y necesario para generar empatía, en la medida en que alcance a muchas personas y logre captar su atención. Identifican una saturación del tema en redes, lo que conlleva a que sea difícil que se tomen en serio. Proponen una exhibición masiva desde la narración oral y la intervención de espacios públicos, y destacan el papel de los hashtags como catalizadores en el internet. Estos aportes son útiles para considerar posibles siguientes fases del proyecto.

Por otro lado, se abstrae de las dinámicas realizadas y sus resultados (tres visiones del acoso, tres maneras de representar sus experiencias, diferentes, pero con muchos puntos en común desde lo gráfico) el concepto de diversidad en pro de un mismo fin, conectando con el símbolo de la flor que se mencionó previamente. Para terminar, el material audiovisual recopilado en el grupo focal, sirve no sólo como registro, sino que tiene un gran potencial como contenido para promocionar el proyecto en diversas plataformas.

4. FASE 4. ESTRATEGIA DE DISEÑO Y CREACIÓN DE UN ESTILO GRÁFICO

En esta fase se unen los datos recopilados previamente para definir las características del trabajo:

4.1 Definir la estrategia de diseño

Para tomar esta decisión se tendrán en cuenta las conclusiones obtenidas en la fase 1 (encuestas cualitativas); las sugerencias obtenidas en el grupo focal respecto a estrategias de exhibición y dinámicas en espacios públicos; y los referentes expuestos en el Estado del Arte y Marco Teórico.

Retomando la conclusión obtenida en el punto 1.1.1 Análisis de respuestas generales, sección *Mensajes a sus acosadores* las mujeres encuestadas socializaron un “reiterativo llamado a la educación y sensibilización del género masculino respecto a este tipo de actitudes dañinas, siendo clave para ellas el cambiar paradigmas y fomentar el respeto.”¹⁷

Por su parte, al preguntar en el grupo focal cómo se imaginan la exhibición de esos relatos, destaca el siguiente aporte: “A mí particularmente, me encantaría un espacio en donde hubiera mucha gente y niñas diciendo sus experiencias. Como estar en San Antonio con un micrófono y decir ‘me pasó esto, esto y esto’ y contar sus experiencias, que se escuche.”¹⁸ Como conclusión, “proponen una exhibición masiva desde la narración oral y la intervención de espacios públicos, y destacan el papel de los hashtags como catalizadores en internet.”¹⁹

Así, se considera necesario un medio para sensibilizar a los hombres respecto al impacto del acoso, y por otro la importancia de tomar la iniciativa de exponer los relatos (“con una que se pare a hablar ya todas hablan”²⁰). En ambos puntos se vuelve clave la visibilización como medio para generar empatía, retomando lo que

¹⁷ Pág. 57

¹⁸ Pág. 87

¹⁹ Pág. 91

²⁰ Pág. 87

dice Venegas (2013) “La exposición de estas historias y comportamientos de forma masiva lo que logra hacer es impulsar procesos que en teoría benefician a las víctimas o le ofrecen respuesta.” (p.85)

Que se haga de forma masiva la exposición de los relatos se vuelve clave. Sin embargo, se difiere de la estrategia sugerida en el grupo focal de comentar los sucesos en espacios públicos, pues como se menciona en el Estado del Arte, ONU Mujeres²¹ realizó una actividad similar en la ciudad, que comprendía diálogos públicos que pasaron inadvertidos.

Por ello, para procurar tener un mayor alcance, es importante considerar un elemento gráfico y expresivo, llamativo, que llegue fácil al público general, particularmente el masculino; que exponga los sentimientos y la intimidad de las mujeres, y la manera en que las afecta el acoso de una forma interesante y sencilla de acceder. Se retoman entonces dos referentes exitosos que cumplieron con estos objetivos: La estrategia del Movimiento Imprint, al publicar cómics sobre el acoso callejero en gran formato en el metro de El Cairo, y la novela gráfica *Palestina*, de Joe Sacco:

En el primer ejemplo, los creadores y la prensa en general describen al cómic “como atrapante y colorido, lo que permite atraer a gente de todas las edades a explorar las historias que cuentan; resaltando la importancia de la narración gráfica al ser un medio para iniciar una conversación e introducir temas difíciles.”²² Por su parte “la novela gráfica de Joe Sacco es un ejemplo de cómo la narración gráfica es un medio pertinente y elogiado para visibilizar problemas sociales, al facilitar entender el contexto de aquello que denuncia a un público masivo, y generar un mayor impacto por medio de los recursos expresivos del estilo gráfico²³

Ambos precedentes parecen apuntar a la ilustración de historias como un medio ideal para compartir temas difíciles de una forma amena pero impactante, y quizás

²¹ Pág.10

²² Pág. 19

²³ Pág. 23

así se logre superar la preocupación de las voluntarias: “muchas personas van a decir, ay sí, que pereza, eso no es cierto, tan exageradas, feminazis”²⁴

Sin embargo, alcanzar la mayor cantidad de personas posible, depende en gran medida de los recursos económicos disponibles para ello. Es importante entonces ser coherentes con las capacidades económicas del proyecto, entendiendo que estrategias como las del colectivo egipcio, o publicar un cómic requieren de un recurso económico amplio, y en el caso del cómic, que haya personas interesadas en adquirir el producto y con el dinero suficiente para ello.

Se requiere una estrategia de difusión económica. Se retoma entonces lo mencionado por García (2014) respecto al fanzine:

Cuenta con recursos mínimos pero una mayor libertad editorial, permitiendo que la distancia entre autor y lector sea prácticamente nula al eliminar los intermediarios, y que con el mínimo gasto se pueda llegar a una cantidad de público bastante elevada. (p. 34)

Así, el emplear un medio auto gestionado, de bajo costo, en formato pequeño como lo es el fanzine pareciera ser una estrategia viable, al ser fácil de producir, difundir y transportar, y a su vez llamativo, poniendo a circular una especie de diario personal sobre el acoso.

Por otro lado, para involucrar a más mujeres en el proyecto y favorecer la difusión del mismo, se planean estrategias por medio de canales complementarios, aprovechando el impacto de las redes sociales. Así, se considera la creación y difusión de contenido audiovisual mediante las plataformas mencionadas y realizar prototipos de podcast y página web, donde se puedan seguir sumando relatos de acoso, teniendo en cuenta el impacto positivo que tiene en las víctimas²⁵ el compartir sus vivencias y asegurando material para futuras ediciones. También se tendrá en cuenta el diseño de contenido complementario como postales informativas y stickers, la idea es hacer productos de fácil transmisión, que generen recordación, siguiendo con la idea de marcar de alguna manera el espacio donde se produjo el acoso.

²⁴ Pág. 87

²⁵ *Hollaback!: The Role of Collective Storytelling Online in a Social Movement Organization* (2013) p. 6

Es de aclarar que se tiene en cuenta el impacto masivo que logran la intervención de espacios públicos (ejemplo Larousse) por medio del cartelismo y/o muralismo, o compartir estas historias ilustradas como se hizo en Egipto, sin embargo, dada la coyuntura del covid, y reiterando el costo de ese tipo de propuestas, se suspende la consideración de estas dinámicas, pero quedan contempladas para la posible continuación del proyecto.

4.1.1 Público objetivo, tono de comunicación y circulación

- **Público objetivo y tono de comunicación:**

Principalmente adultos jóvenes. Se adopta el modelo de elaboración de un fanzine para alcanzar una cantidad considerable de personas a un bajo costo, de manera que sea fácil de adquirir y distribuir por mujeres jóvenes a los hombres y demás integrantes de sus familias y entorno. Se plantea un estilo de ilustración llamativo e interesante de leer para adolescentes y adultos jóvenes, basado en la exploración de técnicas, estilos, recursos gráficos y combinaciones de colores. Se maneja un tono de comunicación directo sin ser agresivo, procurando conservar la objetividad sin cargar las historias de prejuicios que puedan prevenir a los lectores ajenos a la problemática.

- **Circulación:**

Los relatos circularán a modo de volúmenes de 20-24 páginas en un formato igual o menor a media carta, donde se exponen dos historias; esto con el objetivo de ser de fácil consumo y portabilidad, y dotarlos de un carácter coleccionable. Cada uno se entregará de manera gratuita en bibliotecas, también se proyecta la comercialización en ferias de diseño y por internet del producto con piezas gráficas complementarias, como postales. Para términos prácticos, al finalizar este trabajo se hará la entrega de 3 prototipos de fascículos (6 relatos), con los cuales se crearán otro tipo de dinámicas que se determinarán más adelante.

4.2 Definir los ejes conceptuales del proyecto:

Definida la estrategia de diseño, es necesario definir qué irá en el proyecto. La revisión de referentes nacionales e internacionales, teóricos y gráficos sobre el tema, permitieron inferir lo siguiente: pese a que el acoso callejero es una problemática global, se afronta dependiendo del lugar donde se dan los hechos. El nivel de tolerancia de la sociedad respecto al mismo, el machismo, la voluntad política, entre otros factores, son claves para comprender causas/efectos en este asunto. Así, podemos observar que las denuncias en Egipto (Movimiento Imprint) contienen una carga cultural distinta a las mexicanas (Editorial Larousse) o chilenas (OCAC).

El entorno entonces es un elemento que influye en la manera no sólo en que se vive, sino cómo se visibiliza el acoso. En ese orden de ideas, este proyecto desea visibilizar el acoso callejero caleño, por ello fue importante re-conocer sus particularidades, el entorno social y cultural, la manera en que se representa la imagen de la mujer, y las reflexiones de estas respecto al tema. Gracias a ello se determinan los siguientes ejes:

4.2.1 La cultura caleña y la ciudad como referentes culturales y estéticos:

Cali se toma como un elemento constitutivo; por ello se desea ir más allá que limitarse a ilustrar los lugares de la ciudad que se mencionan como escenario, y explorar el valor conceptual que pudiese aportar al proyecto. Así, se busca una “estética caleña” que vaya más allá de mostrar chontaduros o Cristo rey, intentando evitar caer en lugares comunes y centrándose en su conexión con la imagen de la mujer, que se construye a partir del enfoque de la salsa: una ciudad donde las mujeres son como las flores.

4.2.2 Reinterpretación de imaginarios y códigos de representación:

Establecido el símbolo de la flor como el puente entre la cultura caleña y su relación con la representación femenina, se analizó sus implicaciones. Como se expuso en las fases 2 y 3, esta connotación puede representar aspectos positivos y negativos,

sin embargo, quedó establecido en el grupo focal que esta referencia genera sentido de pertenencia e identidad de género. A partir de esto, queda como eje del proyecto que “las caleñas son como las flores”; se realiza una subversión de los posibles valores negativos de esta asociación, enfocándola como un elemento de unidad y variedad.

Este discurso posee algo valioso, sí todas las caleñas son flores, todas pueden ser víctimas de “marchitarse” por la violencia del acoso. Este juego de palabras y asociaciones resulta interesante para ser aprovechado como recurso gráfico. Por otro lado, en el grupo focal las voluntarias hicieron un énfasis en el concepto de diversidad: diversidad de mujeres, de feminidad, en las maneras de afrontar el acoso; y aplicándolo al desarrollo de actividades, diversidad en los estilos de ilustración.

4.3 Estilo gráfico: Conjunción de valores

Teniendo claro que 1. las caleñas son como las flores (pluralidad y unidad femenina) 2. que se marchitan por el acoso callejero, y 3. que los relatos de acoso serán ilustrados y compartidos principalmente por un medio editorial auto gestionado, se obtiene un producto expresivo e intimista, como un diario personal construido entre todas.

Siguiendo con ello, se propone una estética casi artesanal, combinada con elementos digitales, diversidad de materiales y colores. Es importante que cada relato tenga una personalidad diferenciada, desde lo vintage hasta lo urbano, unidos por elementos gráficos que se repetirán en cada uno de ellos.

Por otro lado, se establecen como protagonistas a mujeres con nombres de flor, resolviendo de forma coherente la cuestión de cómo nombrar a los personajes femeninos, siendo anónimos, y con un sentido, sin que fueran al azar.

4.3.1 Recursos estéticos

4.3.1.1 Elementos que darán unidad gráfica:

-Tipografía: Fuentes que simulan máquinas de escribir, tomando como referente la estética fanziner y vintage. También es una manera de mantener anónima la “identidad” de los personajes, reforzando la idea de que cualquiera podría ser la víctima detrás de ese hecho de acoso.

-Recortes: banderas, pedazos de papel rasgados, texturas y flores disecadas serán los elementos que se repetirán constantemente en cada una de las entregas, simulando la creación en conjunto del mismo, a partir de los mismos materiales, pero con aplicaciones distintas, recordando a un cuaderno de apuntes o un diario personal.

Figura 48 (izq.) y 49 (der.) Referentes estéticos de unidad gráfica



Como se observa en las imágenes, los recortes de papel, textos escritos en máquinas de escribir, fotografía, ilustración y collage son elementos característicos de los apuntes personales.

4.3.1.2 Elementos diferenciadores:

-Estilo gráfico: Dado que es imperativo resaltar la individualidad de cada uno de los relatos, enfatizando que se están ilustrando anécdotas de distintas mujeres, se le asignará a cada historia un referente estético particular, explorando diversos trazos, manejo del color, y humor, que variará dependiendo de la gravedad del acoso y su impacto la víctima.

Figura 50 Referentes estéticos de diversidad gráfica



Este proyecto (Illustrated City Guide Winter- Spring Issue, 2015) es tomado como referente de diversidad gráfica, pues está realizada por varios ilustradores, con distintos estilos y uso del color; van desde el realismo, el estilo lineal, caricaturesco, escalas de grises, colores saturados, uso de collage y fotografías, etc. Sin embargo,

por medio de la composición y la repetición de patrones y elementos, sumando al aspecto del cuaderno de apuntes mencionado previamente, se obtiene una pieza con diferentes narrativas estéticas fluyendo en un mismo espacio, dándole crédito a cada uno de los creadores.

- **Color:** Se establece una paleta de colores general, inspirada en el análisis cromático de Cali, a partir de la cual se harán diferentes combinaciones dependiendo del carácter y el impacto de la historia en la víctima.

Figura 51 Paleta de color general



Las tonalidades y combinaciones podrán cambiar teniendo en cuenta los elementos y referentes gráficos usados en cada una de las historias. La flor asignada a cada historia también será determinante.

5. FASE 5. PRODUCCIÓN DE DISEÑO

A continuación, se registrará el proceso que se llevó a cabo para diseñar el primer volumen. Los procedimientos, experimentaciones, pruebas y recursos gráficos empleados en esta primera entrega sentaron precedentes y aceleraron el proceso de elaboración de los otros dos, por esta razón se mostrará en detalle esta primera entrega y se anexará bocetos y resultados de los otros volúmenes.

5.1 PRE PRODUCCIÓN

5.1.1 SELECCIÓN DE RELATOS

Se retoma la labor adelantada en el punto 1.2.1 *Preselección de relatos*, recordando que al concluir esa etapa se contaban con 22 historias. De acuerdo a lo establecido en el punto 4.1.1: “Los relatos circularán a modo de volúmenes de 20-24 páginas en un formato igual o menor a media carta, donde se exponen dos historias; esto con el objetivo de ser de fácil consumo y portabilidad; y dotarlos de un carácter coleccionable”²⁶ Así, para la entrega de este proyecto se entregarán seis relatos ilustrados. Se procede a hacer una selección de estas primeras seis historias.

Para reunir relatos que muestren el acoso callejero según su gravedad y lugar de los hechos (vía y transporte público), se procede a realizar una comparación detallada entre los testimonios que comparten aspectos similares, dándole peso a aquellos más impactantes respecto al nivel de gravedad, además del nivel de detalle en la descripción de los hechos.

²⁶ Pág. 96

Figura 52- Muestra de comparación de relatos similares

*Anexo 4.2 comparación de relatos similares y selección de respuestas

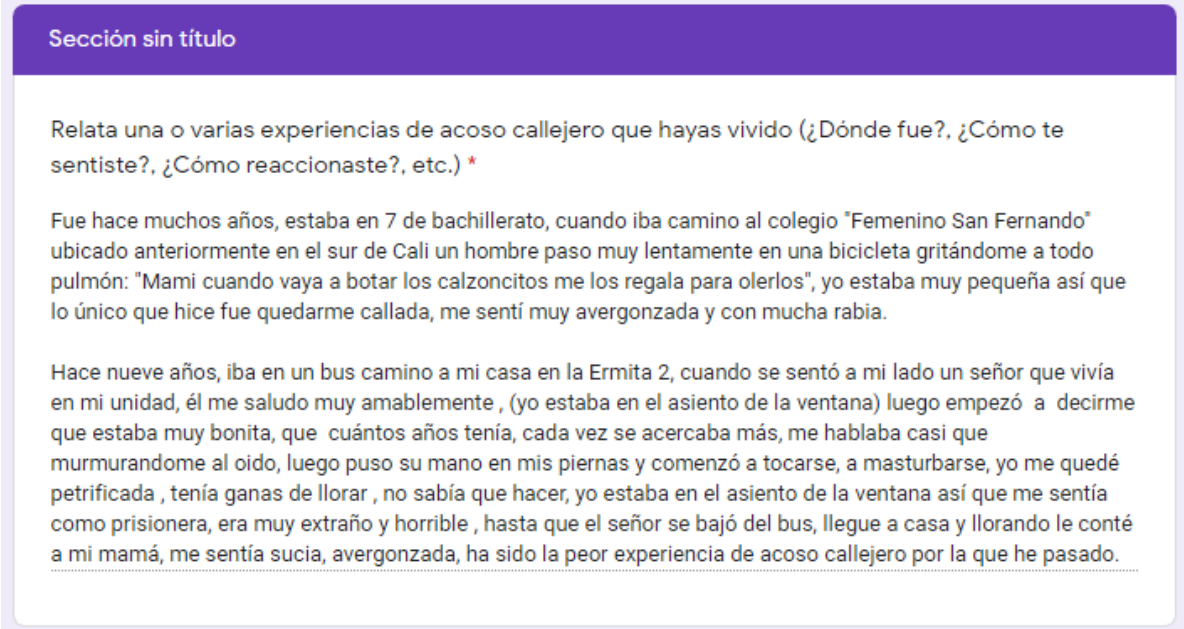
H # 13	Sistema de Transporte e MIO	Grave	#4 Agresión y/o contacto Físico	"Desafortunadamente he tenido varias experiencias con el acoso callejero pero una de las que más me ha traumatado ocurrió en el medio de transporte "MIO". Mientras iba sentada un sujeto que iba de pie, rosaba su pierna en mi hombro, al principio no lo noté ya que el "MIO" iba súper lleno, pero luego me sentí incómoda y me paré (al mismo tiempo para seder el puesto a una mujer embarazada). Creía que de pronto estaba "exagerando" ya que Éste sujeto ni siquiera me miraba, y el "MIO" se movía mucho y estaba muy lleno, por lo cual tenía esa excusa en mi cabeza "es normal que todos se topen" en fin. En el momento que me iba a bajar éste sujeto se voltea y disimuladamente coge su maletín y siento su mano en mi entrepierna, mi reacción de una fue empujarlo y bajarme a esperarlo (pensaba que también iba bajando) pero el tipo nunca apareció. Tenía mucha rabia porque no pude decir ni una palabra, me encontraba en shock, no podía entender porque este tipo de gente cree que el cuerpo femenino les pertenece y pueden ir poniendo su mano donde les dé la gana. También tenía rabia conmigo por no reaccionar, por no haber hecho escándalo y agredir a este sujeto así sea insultándolo."
H #50	MIO	grave	#4 Agresión y/o contacto Físico	Me encontraba en el interior del Mío sentada y un personaje se acercó hacía mi lugar y frotaba sus partes íntimas con mi hombro, mi reacción fue insultarlo y empujarlo para que respetará mi espacio, el sujeto de inmediato se retiró y se bajó en la estación en la que se detuvo el transporte. Este tipo de situación la he vivido varias veces.

Como se muestra en la tabla anterior, ambos relatos ocurren en el sistema de transporte masivo y cuentan experiencias parecidas, sin embargo, la historia 12 aporta más detalles y una reflexión más profunda al respecto por parte de la víctima. Este proceso se repite con las experiencias en situaciones semejantes, hasta obtener los primeros 6 relatos en orden de recepción de los mismos: Respuesta 6, Respuesta 12, Respuesta 13, Respuesta 15, Respuesta 20 y Respuesta 73, este orden se conservará para el diseño de los volúmenes.

5.1.2 ANÁLISIS INDIVIDUAL DE HISTORIAS

Todos los siguientes pasos serán mostrados con el relato número 6.

Figura 53 Relato #6 en la plataforma de Google Forms



Sección sin título

Relata una o varias experiencias de acoso callejero que hayas vivido (¿Dónde fue?, ¿Cómo te sentiste?, ¿Cómo reaccionaste?, etc.) *

Fue hace muchos años, estaba en 7 de bachillerato, cuando iba camino al colegio "Femenino San Fernando" ubicado anteriormente en el sur de Cali un hombre paso muy lentamente en una bicicleta gritándome a todo pulmón: "Mami cuando vaya a botar los calzoncitos me los regala para olerlos", yo estaba muy pequeña así que lo único que hice fue quedarme callada, me sentí muy avergonzada y con mucha rabia.

Hace nueve años, iba en un bus camino a mi casa en la Ermita 2, cuando se sentó a mi lado un señor que vivía en mi unidad, él me saludo muy amablemente , (yo estaba en el asiento de la ventana) luego empezó a decirme que estaba muy bonita, que cuántos años tenía, cada vez se acercaba más, me hablaba casi que murmurandome al oído, luego puso su mano en mis piernas y comenzó a tocarse, a masturbarse, yo me quedé petrificada , tenía ganas de llorar , no sabía que hacer, yo estaba en el asiento de la ventana así que me sentía como prisionera, era muy extraño y horrible , hasta que el señor se bajó del bus, llegue a casa y llorando le conté a mi mamá, me sentía sucia, avergonzada, ha sido la peor experiencia de acoso callejero por la que he pasado.

Se transcribe la respuesta recibida en la encuesta cualitativa en línea y se realizan las correcciones de estilo, puntuación y ortografía necesarias, de esta manera se obtiene el texto definitivo sobre el que se trabajará.

5.1.2.1 RELATO CORREGIDO

HISTORIA 6 (yafanair.m@gmail.com)

Fue hace muchos años, estaba en 7° de bachillerato cuando iba camino al colegio Femenino San Fernando, ubicado anteriormente en el sur de Cali. Un hombre pasó lentamente en una bicicleta gritándome a todo pulmón: "Mami cuando vaya a botar los calzoncitos me los regala para olerlos". Yo estaba muy pequeña así que lo único que hice fue quedarme callada, me sentí muy avergonzada y con mucha rabia.

Hace nueve años, iba en un bus camino a mi casa en la Ermita 2, cuando se sentó a mi lado un señor que vivía en mi unidad, él me saludó muy amablemente, (yo estaba en el asiento de la ventana), luego empezó a decirme que estaba muy bonita, que cuántos años tenía. Cada vez se acercaba más, me hablaba casi murmurando al oído, luego puso su mano en mis piernas y comenzó a tocarse, a masturbarse, yo me quedé petrificada, tenía ganas de llorar, no sabía qué hacer, yo estaba en el asiento de la ventana así que me sentía como prisionera, era muy extraño y horrible.

Hasta que el señor se bajó del bus, llegué a casa y llorando le conté a mi mamá, me sentía sucia, avergonzada, ha sido la peor experiencia de acoso callejero por la que he pasado.

Nota: Ver explicación de partes subrayadas a continuación, en 5.1.2.2 punto 6.

5.1.2.2 IDENTIFICACIÓN DE SUCESOS:

- 1. Lugar(es) de los hechos:** Vía pública (Cerca donde se ubicaba el Colegio Femenino San Fernando- Transporte público (Bus Ermita 2).
- 2. Nivel de gravedad del acoso:** Moderadamente severo - Grave.
- 3. Tipo de agresión:** Piropo/ amenaza - Exhibicionismo/ masturbación pública.
- 4. Descripción del agresor (es):** Hombre en bicicleta- Hombre de mediana edad conocido por la víctima.
- 5. Características de la víctima:** Niña de séptimo de bachillerato que se dirigía a su colegio, 10-11 años aproximadamente, en uniforme- Adolescente de 15

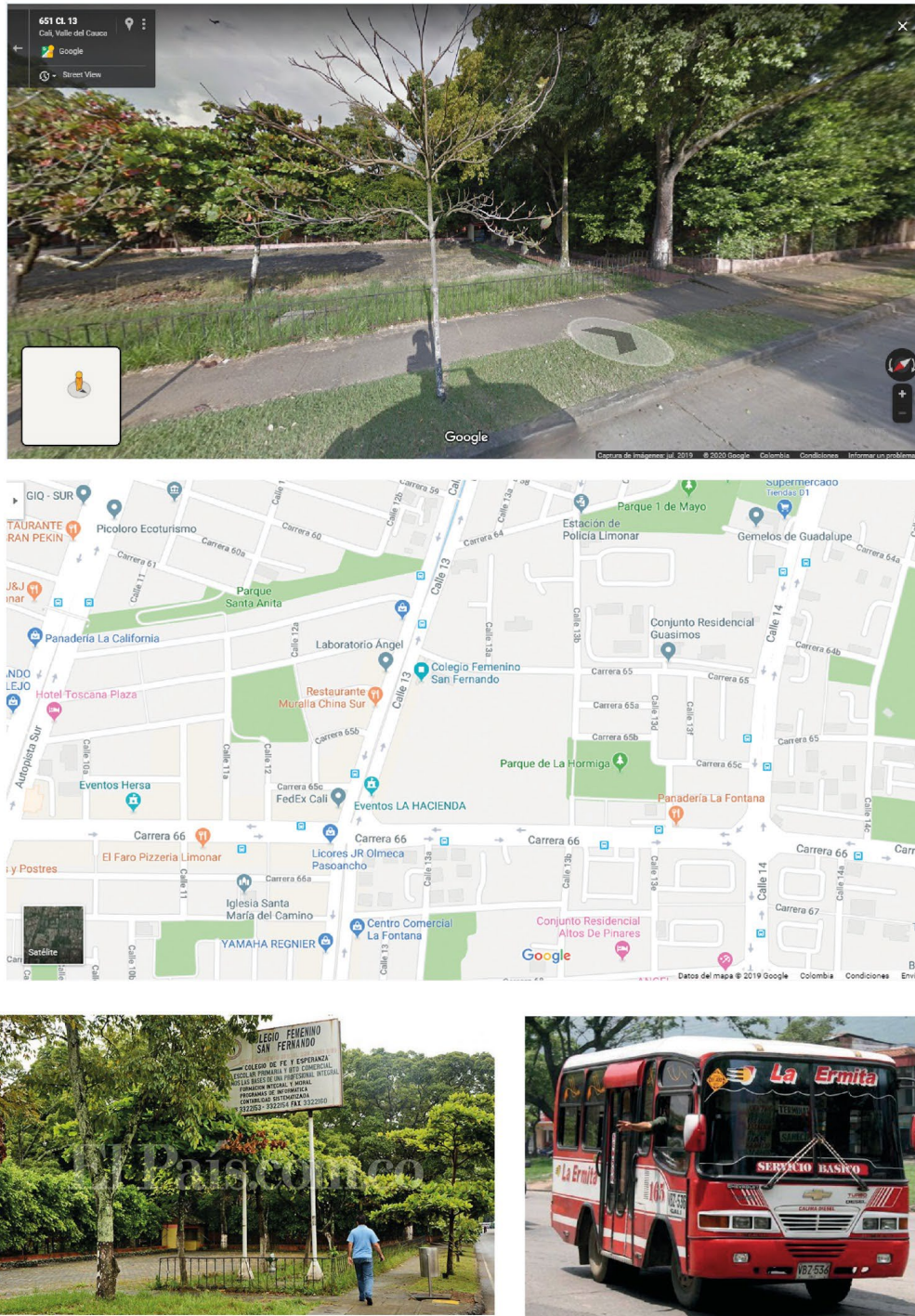
años aproximadamente: una joven tranquila y de hogar que recuerda dos experiencias de acoso que la marcaron de por vida.

- 6. Reconocimiento de momentos y giros de trama:** Determinando aquellas partes que tendrán mayor peso visual en la composición y/o serán enfatizadas mediante ilustración o texto.

5.1.3 ESTABLECER REFERENTES Y ESTILO GRÁFICO

Identificados los aspectos estructurales del relato, llega el momento de buscar referentes de los sitios que se van a ilustrar y la estética en particular de la historia. En este primer acercamiento, se identificarán los insumos necesarios para la ilustración de las historias, respecto a material de archivo, selección de fuentes, paleta de color, y elementos complementarios que harán parte de la estética general y específica de esta historia.

Figura 54 Referencias Sobre sitios de Cali a ilustrar²⁷



²⁷ **Imagen 1 y 2:** Captura de pantalla Google Maps [Captura de pantalla de Google Maps] Recuperado de <https://goo.gl/maps/AEqBvf2qGnWWjK6T8> - **Imagen 3** Afueras Colegio Femenino San Fernando [Fotografía] El País (2015) Recuperado de <https://www.elpais.com.co/calirechazan-eventual-traslado-de-embaras-al-sur-de.html> - **Imagen 4** Bus Ermita [Fotografía] El País (2018) Recuperado de <https://www.elpais.com.co/calipasaje-en-transporte-urbano-de-queda-a-2000-desde-esta-semana.html>

La figura 54- imágenes 1 y 2 señala los resultados del primer acercamiento a la identificación de los lugares. Haciendo uso de la herramienta Google Maps se encuentran características del lugar de los hechos (zona residencial, estrato 4-5), y el espacio para ilustrar el entorno de la primera parte del relato. A su vez, se buscan referencias sobre el segundo lugar (interior bus Ermita) por internet, sin resultados satisfactorios, así que se decide hacer un trabajo de campo presencial.

Figura 55-Trabajo de campo en bus Ermita



5.1.3.1 PALETA DE COLOR

Figura 56 Paleta de color definitiva para la historia 6



Una vez reconocidos los espacios a ilustrar, se precisa la paleta de color definitiva, modificando levemente la establecida en el punto 4.3.1.2 *Elementos diferenciadores*, y asignando las respectivas proporciones. El color rojo será empleado para enfatizar los momentos dramáticos del relato, por ello su relación respecto a los otros matices es mayor.

5.1.3.2 DEFINIR PERSONAJE FEMENINO

Según se determina en el punto 4.3 *Estilo gráfico: conjunción de valores*, las protagonistas de los relatos tendrán nombres de flores. Se resuelve hacer una exploración de la flora más común de la ciudad, aquellas que se ven en las calles de barrios y en los andenes, con ello se obtienen las siguientes muestras:

Figura 57 Estudio de flores comunes de las calles de la ciudad



Con esta muestra de algunas de las flores más comunes, se obtienen los identificadores de esta y las otras 5 historias. La flor más referenciada en la salsa, según la figura 41, del punto 2.2.2 *La salsa, orgullo caleño al igual que sus mujeres*, es la rosa; dada esta iconicidad se decide nombrar así al primero de los relatos. Se

aclara que algunas flores tienen nombres largos, o poco sonoros, por ello se harán modificaciones mínimas en su denominación, o se investiga su apelativo en otras regiones o países. En el caso de la historia 6, se usará el nombre Rosalía.

Para concretar el aspecto físico de este y los demás personajes femeninos de los relatos, se tomarán imágenes de referencia de las voluntarias del grupo focal y de amigas y/o conocida que quisieron aportar al proyecto. Se procura recopilar aspectos diversos para los personajes, respecto a etnia, estilo de vestuario, etc.

Figura 58 Referente de aspecto físico



*Imagen borrosa para proteger identidad de la colaboradora

5.1.3.3 REFERENTES GRÁFICOS

Figura 59 Referentes gráficos



Illustrated City Guide Winter- Spring Issue



Libro álbum -El frío que ha de hacer allá arriba



Illustrated City Guide Winter- Spring Issue
Detalles



Foto Rosa

Para ilustrar el relato 6, se tomarán como referentes dos páginas específicas del proyecto “Illustrated City Guide” mencionado en el punto 4.3.1.2 *Elementos diferenciadores*, y el libro álbum “El frío que ha de hacer hasta allá arriba” (2018), dado su interesante manejo de la tipografía. A continuación, las principales características de estos ejemplos que se usarán de guía para esta historia:

- **Composición:** Ilustración y texto fluyendo en un mismo espacio, organizados por el eje central de la página. Líneas punteadas para separar y guiar la lectura aprovechando su carácter ornamental.
- **Estilo gráfico:** Ilustraciones con un contorno oscuro y delgado, asemejando un lápiz. Uso realista del color, priorizando el uso del matiz rojo como señal de alerta. Texturas de acuarelas y lápices de colores, y simulación de grano.
- **Texto:** Acentuar frases del texto general por medio de tipografías tipo lettering. Dedicar páginas enteras para fragmentos específicos (momentos más dramáticos) con tipografía bold modificada para acentuar el efecto.
- **Otros recursos gráficos:** Que servirán de apoyo, tanto para definir el aspecto de la historia, como para darle unidad gráfica con los otros relatos (recortes, papeles, banderas, etc.) y la flor que le da nombre, presente por medio de fotografías en su estado marchito.

5.1.3.4 ELECCIÓN DE TIPOGRAFÍAS

Dado que se propone una diversidad gráfica, por medio de un estilo vintage, “hecho a mano”, de diario personal, o libreta de apuntes, se permite una exploración tipográfica, en la que será necesario determinar los tipos para texto general; los títulos, los textos que se intervendrán para enfatizar momentos puntuales; los bocadillos, etc. Así se obtienen los siguientes requerimientos:

- **Texto general:** Tipografía de máquina de escribir.
- **Título nombre del personaje:** Tipografía caligrafía/ lettering.
- **Bocadillos y texto destacado:** Una tipografía pesada pero neutral.
- **Tipografía específica para cada historia:** Se propone darle libertad a cada una de las historias de emplear una fuente para detalles puntuales, según el mood que se defina para la misma.

Luego de realizar pruebas, se encuentra una combinación de fuentes que transmite el aspecto que se desea lograr, en función de su aspecto en conjunto y su legibilidad.

Tipografía texto general²⁸

Caecilia Light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía título nombre del persona<je²⁹

Claudia

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

²⁸ PMN Caecilia™ es una tipografía slab-serif creada por el diseñador holandés Peter Matthias Noordzij. Su licencia es de uso libre no comercial. <https://www.cufonfonts.com/font/caecilia-lt-pro>

²⁹ Claudia es una tipografía de escritura formal y moderna, pensada para ser usada en logotipos, insignias, empaques, titulares, póster, camisetas, etc. j. Su licencia es de uso libre no comercial. <https://fontsmee.com/claudia.font>

Tipografía bocadillos/ texto destacado³⁰

Futura Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Futura Light Condensed

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía específica para historia 6³¹

brayline

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

³⁰ Familia tipográfica diseñada en 1036 por Paul Renner.

<http://pencilstudiovzla.blogspot.com/2014/10/pack-de-fuentes-futura-para-descargar.html>

³¹ En su versión de prueba, Brayline es una fuente inspirada en los letreros neón antiguos.
<https://befonts.com/brayline-typeface.html>

5.1.4 Storyboard, conceptualización de personajes y escenarios

Última etapa antes de comenzar con la producción de la historia. Aquí se resuelven los aspectos necesarios para llevar a cabo las ilustraciones, estos son:

5.1.4.1 Composición:

Se traza una retícula base en la cual se empiezan a acomodar los posibles elementos de las páginas, basándose en los momentos destacados en el punto 6 de la etapa 5.1.2.2 *IDENTIFICACIÓN DE SUCESOS*.

- **Contenidos por página:**

P1: Portada, # historia, nombre (Rosalía), edad, fragmento de canción de salsa (se toman de las partes de canciones analizadas en la figura 41 Referencias a las mujeres caleñas en la música popular, del punto 2.2.2)

p2: Inicio relato, se ilustra lugar del hecho (Afueras Colegio Femenino San Fdo.), protagonista (niña) y desconocido en bicicleta.

p3: Cita de lo que dijo el sujeto

P4: Primer plano del rostro de la niña (avergonzada y confundida)

P5: Nueve años después - Ilustración bus y ellos sentados (sujeto conocido de apariencia amable)

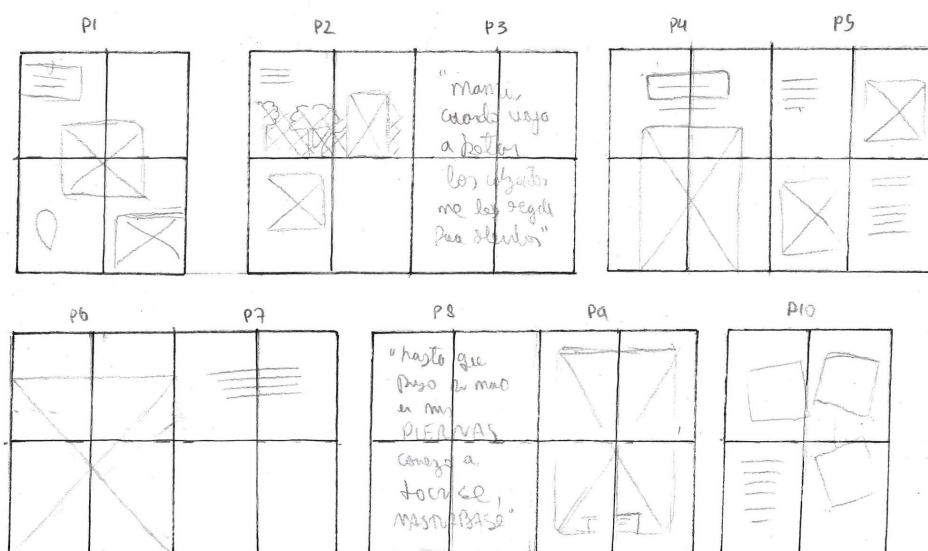
p6-p7: joven acorralada (hacer al hombre en una proporción mayor) - Color rojo predominante (Por el espacio: bus Ermita y connotando peligro)

p8: Texto - Cita de lo que el sujeto comenzó a hacer: “tocarse, masturbarse”

p9: Ella llorando a través de la ventana (Usar referencia de foto tomada en el bus)

p10: Reflexión final, fotografías o post it (ella y la mamá, mapa de los hechos)

Figura 60 Boceto composición definitiva



- P1: portada - # historia, nombre, edad, parte de alguna ciudad de salsa
- P2: inicio - lugar del hecho, colegio fem San Fernando
- P3: cita de lo que le dijo el sujeto (desconocido en bicicleta)
- P4: primer plano del rostro de la niña - "avergonzada y confundida"
- P5: Nueve años después - imagen bus y ellos sentados - sujeto conocido de apariencia amable
- P6-P7: Ella aconsejada (hacer al hombre más grande) - color rojo de fondo (Carmita y pelucas)
- P8: texto - cita de lo que el sujeto comenzó a hacer "tocarse, masturbarse"
- P9: Ilustración foto referencia: ella hablando en la vereda de la ermita
- P10: Reflexión final, ella y la mamá, fotos del lugar

5.1.4.2 Conceptualización de escenarios:

Se toman de referencia la figura 54 Referencias Sobre sitios de Cali a ilustrar y 55 Trabajo de campo en bus Ermita, del punto 5.1.3 ESTABLECER REFERENTES Y ESTILO GRÁFICO.

- **Afuera del Colegio San Fernando:** Espacio abierto, es un lugar abandonado, por lo que no hay mucho tránsito de personas, hay bastante vegetación y árboles altos.
- **Bus Ermita:** Espacio cerrado, hacer aquello cada vez más evidente a medida que transcurre el relato, planos cada vez más cerrados y colores oscuros. Mostrar el interior del bus.

5.1.4.3 Conceptualización de personajes:

A continuación, se muestran los parámetros tenidos en cuenta para el diseño de personajes. Se continua lo señalado en el punto 5.1.2.2 IDENTIFICACIÓN DE SUCESOS, ítems 4. Descripción del agresor (es) y 5. Características de la víctima. Los resultados de este diseño se mostrarán en la fase 5.2 ILUSTRACIÓN

-Rosalía: Niña de séptimo de bachillerato que se dirige a su colegio, 10-11 años aproximadamente, en uniforme- Adolescente de 15 años aproximadamente. Para su aspecto físico se toma como referencia la figura 58 Referente de aspecto físico del punto 5.1.3.2 *DEFINIR PERSONAJE FEMENINO*, basando su apariencia en una de las voluntarias del grupo focal.

A su vez, se hace un estudio de expresiones que tendrá el personaje (confusión, enojo, miedo, tristeza) a partir de fotografías propias y referencias de internet.

Figura 61 Referentes expresiones faciales³²



³² Foto voluntaria. Recuperada de redes sociales privadas.

Freepik, Frightened woman defending herself against white background Free Photo. Recuperado de https://www.freepik.com/free-photo/frightened-woman-defending-herself-against-white-background_2543877.htm#page=1&query=frightened%20woman%20defending%20herself&position=0

Dreamstime. Uncomfortable woman tugging her collar-businesswoman-looking-down-trepidation-showing-nervous-image36673688

Respecto al vestuario, la versión infantil toma de ejemplo el uniforme del colegio mencionado en la primera parte del relato.

Figura 62 Referente Uniforme escolar



Dado que en el relato no se especifica algún rasgo que, de indicios sobre el vestuario, se decide un aspecto casual y genérico, una blusa y un jean con los colores de la paleta menos dominantes para generar contraste.

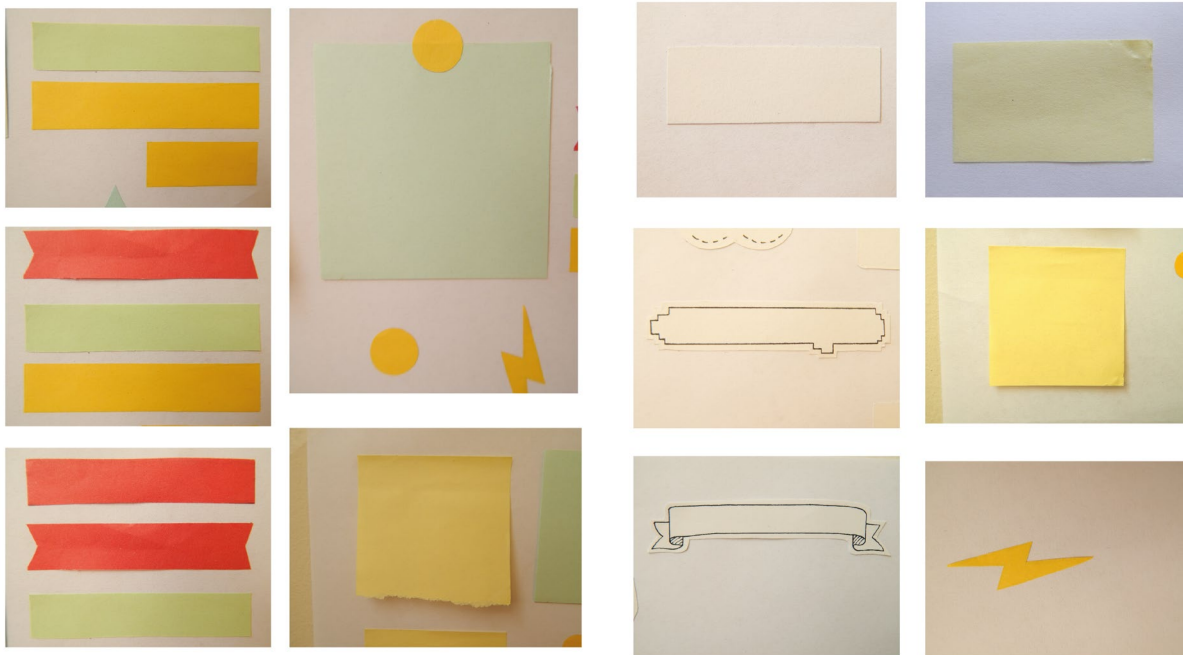
-Agresor(es):

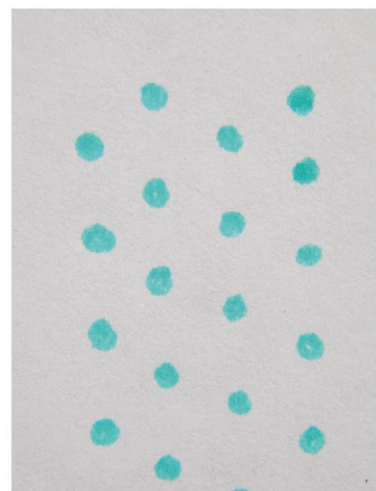
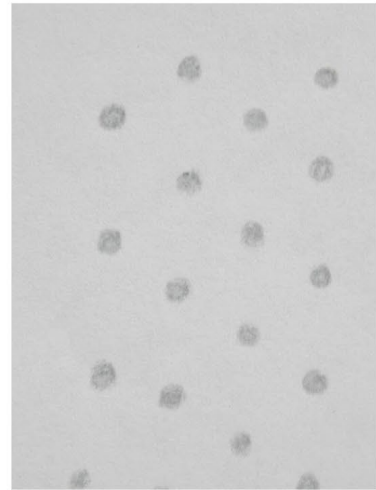
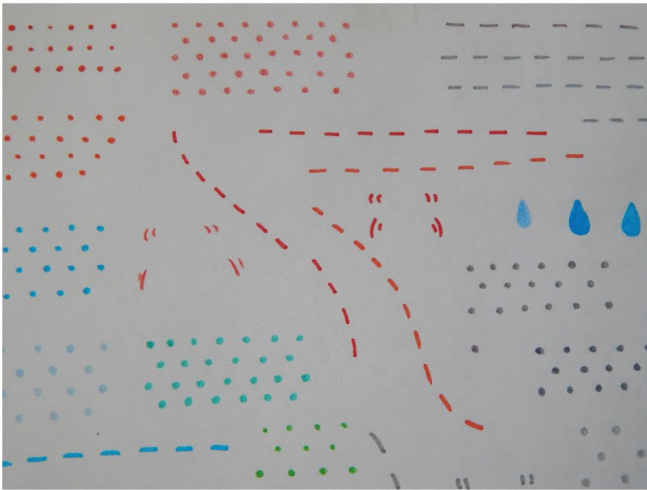
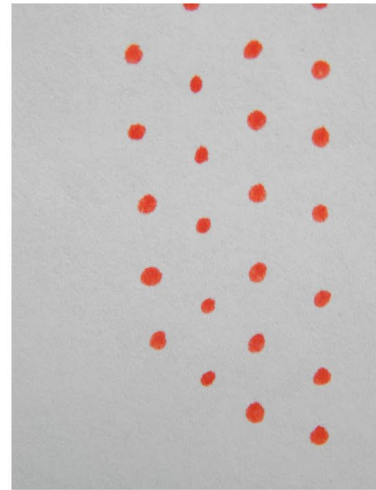
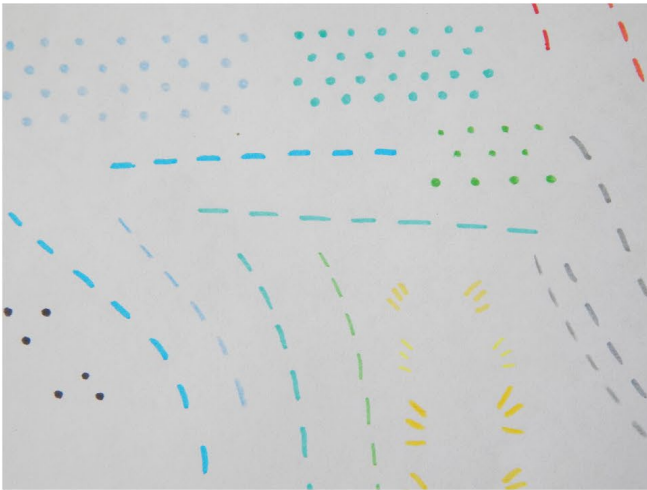
En el relato se mencionan dos perpetradores de sucesos distintos. En la primera parte, se indica que se trataba de un hombre en bicicleta; al ser esta la única característica que se obtiene, se decide representarlo como una silueta o una sombra, simbolizando que fue un individuo del que la víctima no posee recuerdos. En la segunda parte, el victimario es conocido de la mujer, así que se le designa una apariencia física. El sujeto comienza de manera amable el diálogo con la protagonista, se le da el aspecto físico de un adulto medio que no tiene reparos en fijarse en niñas, por ello se viste para “conquistar” (acosar), usando ropa llamativa.

5.1.4.4 Diseño de elementos para collage, texturas y otros

El componente análogo es parte importante del aspecto del proyecto, por ello se elaboraron los recursos gráficos como banderas, post it, líneas punteadas, entre otros, que se combinarán con la ilustración digital. Aquí una muestra de algunos de los recursos elaborados y/o recopilados.

Figuras 63, 64 y 65 Muestras de recursos análogos







5.2 PRODUCCIÓN

Al concluir esta etapa, se contará con los relatos (caso específico, historia 6) ilustrados, diagramados y listos para ser diagramados en el producto editorial. La etapa será desarrollada en las siguientes fases:

5.2.1 Bocetación/ Ilustración

Los bocetos se realizan en el tamaño real del proyecto para tener una noción de las escalas y proporciones correctas. Debido a que en el ejemplo que se está abarcando las ilustraciones son digitales, este primer paso se dedica a la bocetación a lápiz. Aquellos casos en los que la ilustración sea análoga, este paso comprende la bocetación y su respectiva realización (entintado, colorizado, según sea el caso) A continuación los bocetos originales de cada una de las páginas de la historia 6. (Anexo 9 bocetos originales de las demás historias)

Figura 66 Boceto 1

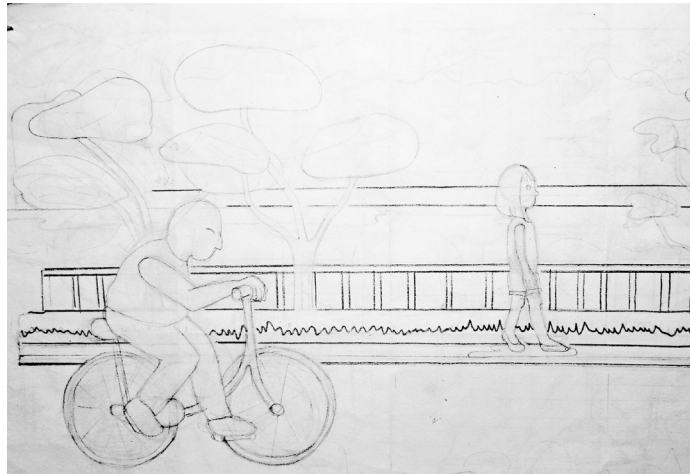


Figura 67 Boceto 2

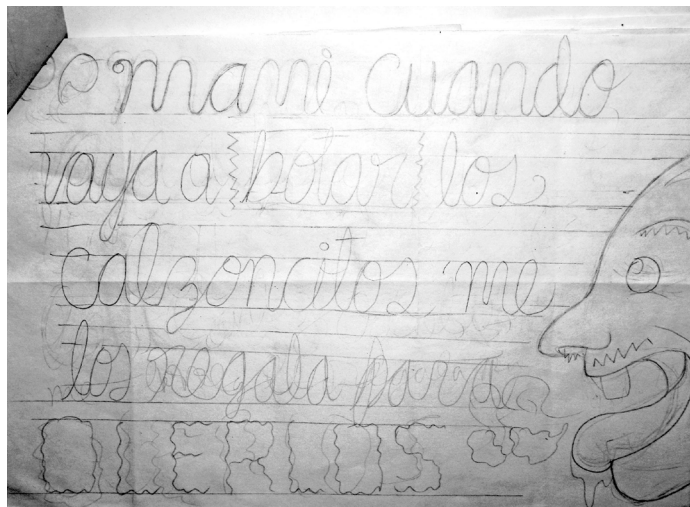


Figura 68 Boceto 3



Figura 69 Boceto 4

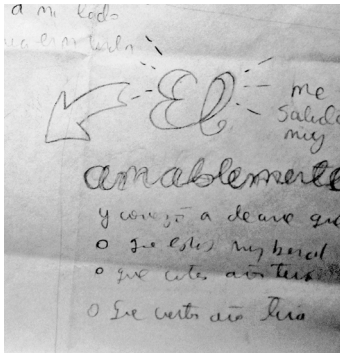


Figura 70 Boceto 5



Figura 71 Boceto 6



Figura 72 Boceto 7



5.2.2 Digitalización

Con todos los bocetos listos, se recurre a la fotografía y el escaneado para digitalizarse, y se procede con la colorización y delineado en Photoshop. A su vez, se editan los elementos realizados en el punto *Diseño de elementos para collage, texturas y otros* de la etapa **5.1.4.4**

Figura 73 Proceso personaje página 1

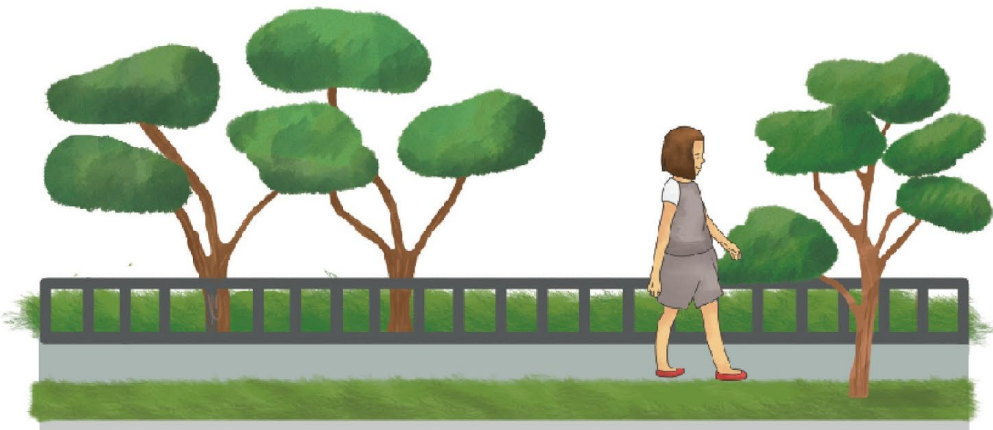
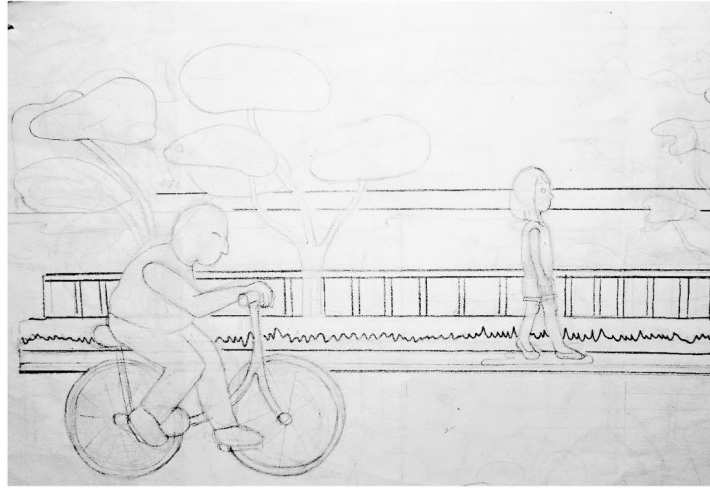
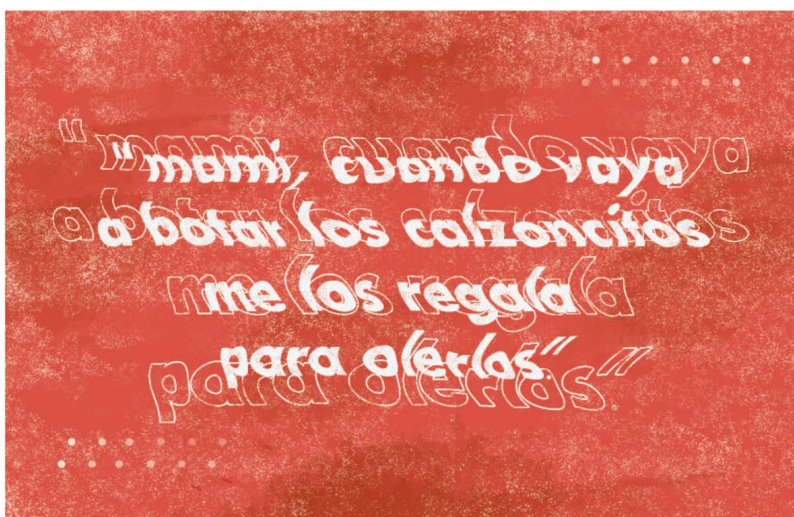
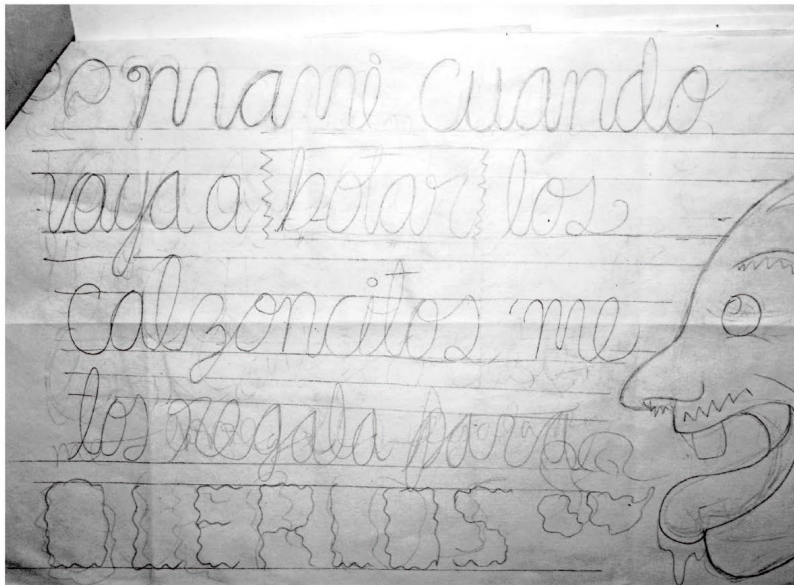


Figura 74 Resultado página 1



Figura 75 Proceso página 2



**"mami,
cuando vaya
a botar los
calzoncitos
me los regala
para aletas"**

Figura 77 Proceso página 3

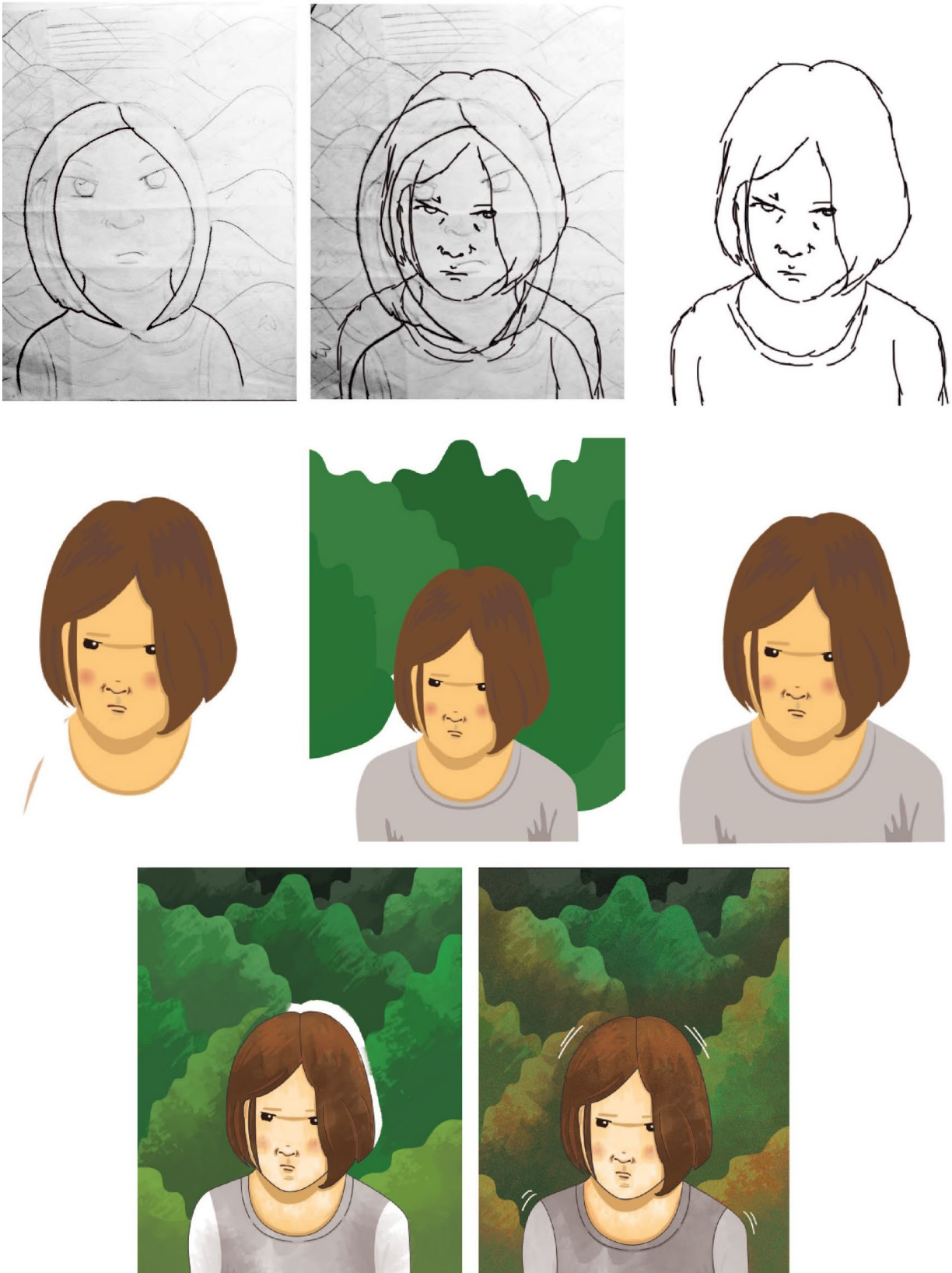


Figura 78 Resultado página 3



Figura 79 Proceso página 4

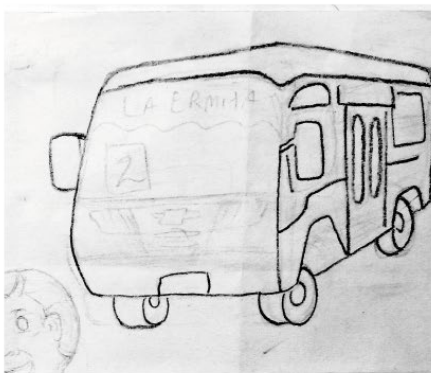


Figura 80 Proceso página 4

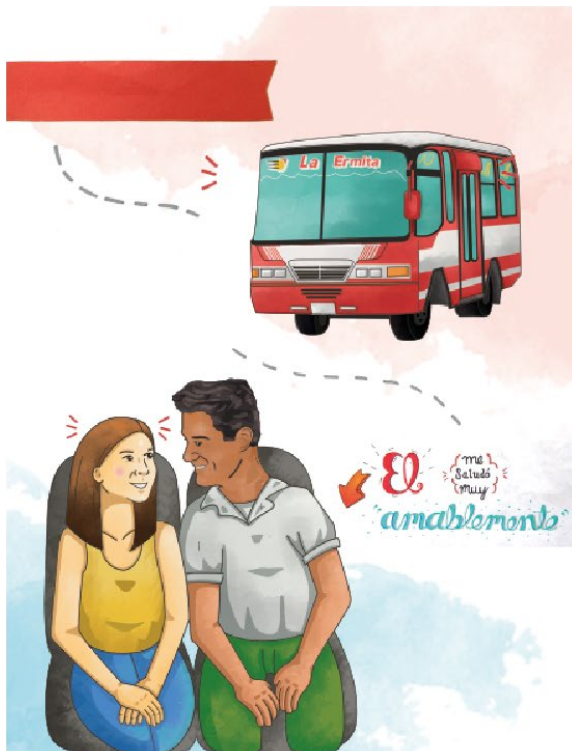


Figura 81 Proceso página 5-6

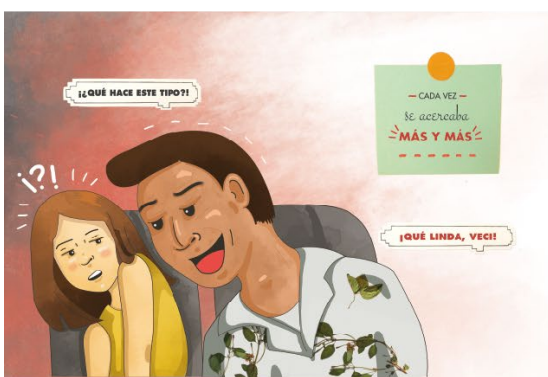
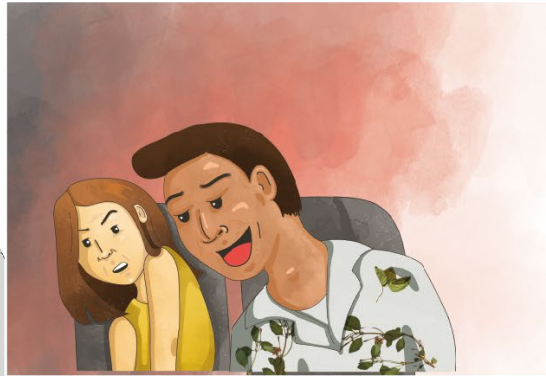
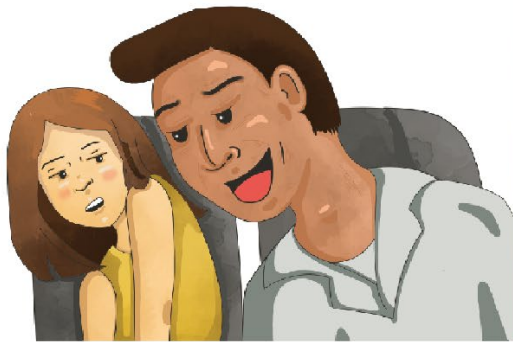


figura 82 Proceso página 7



Figura 83 Proceso página 8

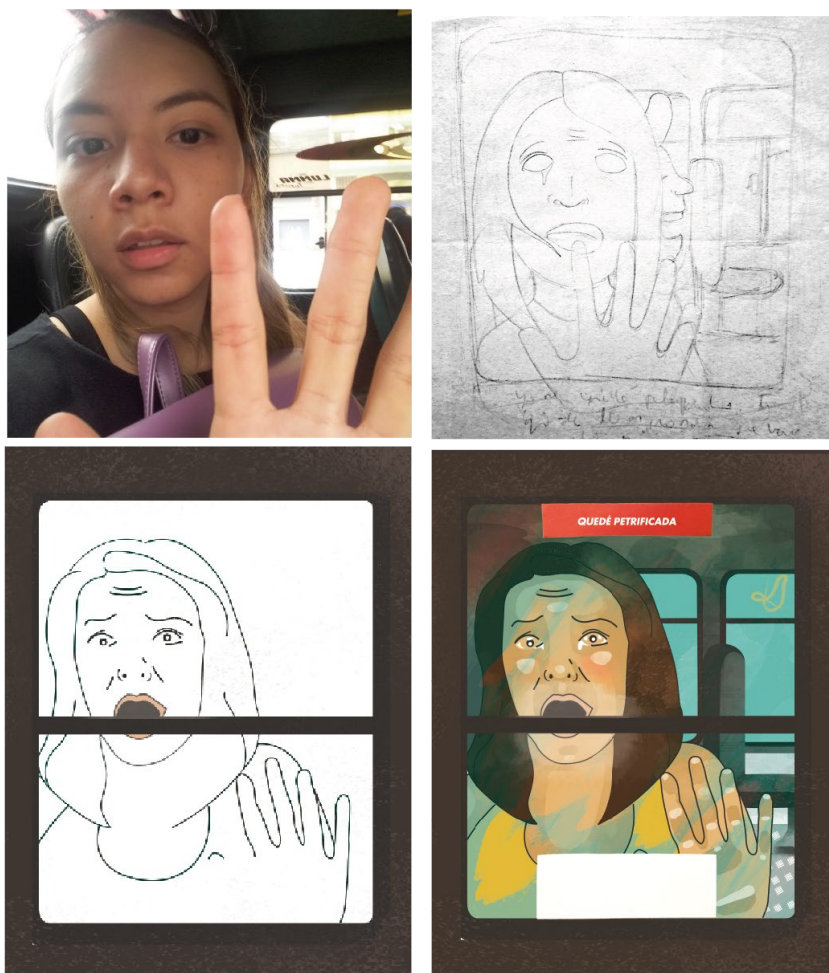


Figura 84 Proceso página 9

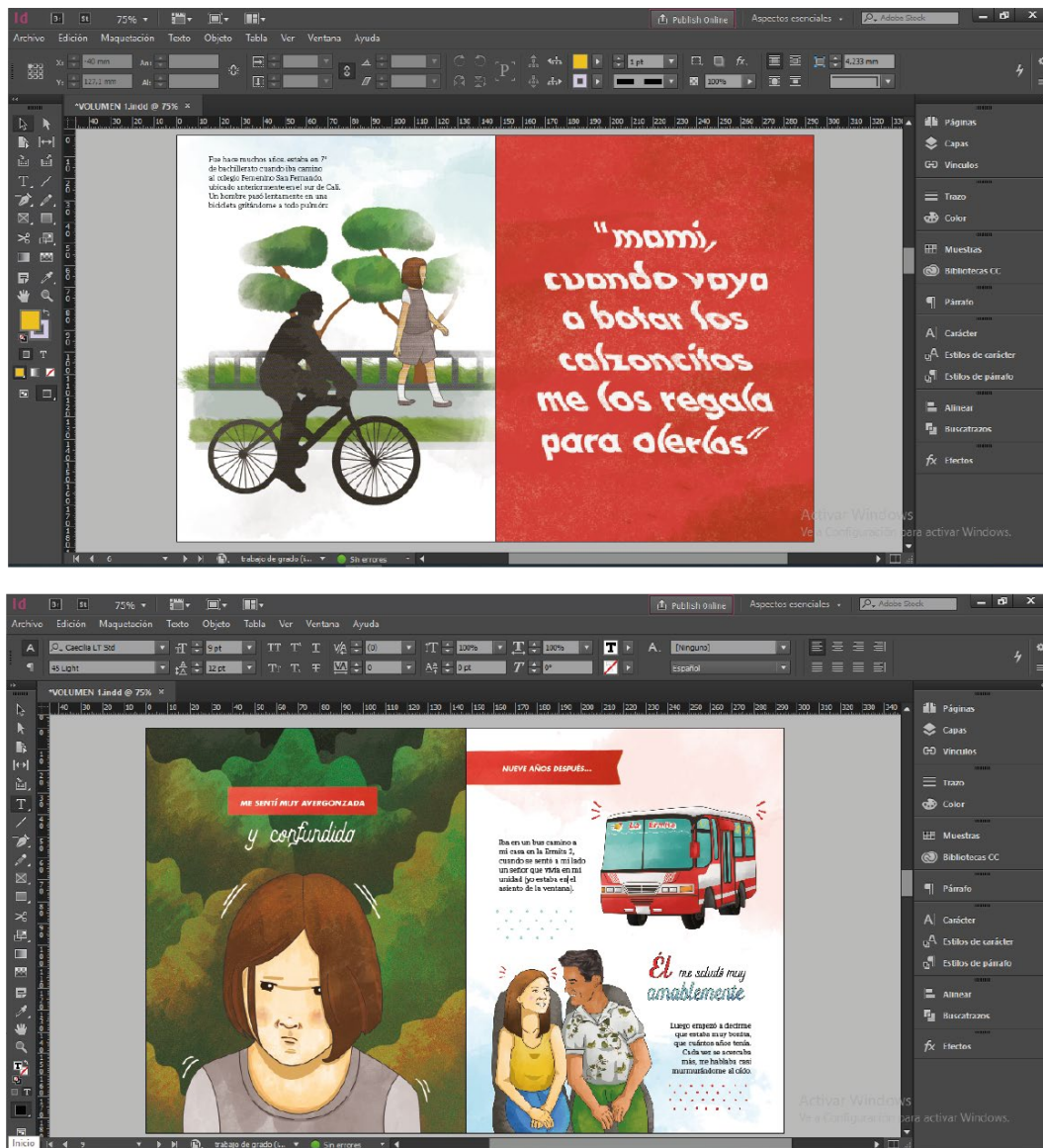


5.2.3 Diagramación

Esta fase fue llevada a cabo en dos procesos: Una pre diagramación en Photoshop, en la que se montaron elementos análogos que interactúan con la ilustración y el texto, y son determinantes para la composición obteniendo las páginas armadas, exportadas en imágenes listas para montar en Indesign (Ejemplos en figura 77 Resultado página 3, figura 79 resultado página 4, figura 81 proceso página 5-6, figura 83 proceso página 8); y la composición en este programa, donde se suben los textos y se insertan elementos extra. Para agilizar este proceso en el diseño de las

próximas historias, se usarán estilos de párrafo y carácter que se repetirán en los demás documentos. A continuación, un par de capturas de páginas diagramadas en Indesign, teniendo como guía el esquema de la figura 60 boceto composición definitiva.

Figura 85 Capturas diagramación páginas



Para el cuerpo de texto se usa la fuente Caecilia light en 9 pt y un interlineado de 12 pt, para los textos de las banderas fue escogida la Futura Bold, también en un puntaje de 9 pt; estos valores serán una constante en el resto de las historias.

Aquellos textos que no cumplen con estos estándares son considerados libres o creativos, por lo que sus características serán determinadas de acuerdo a decisiones de estilo dentro de la historia y/o página en cuestión.

5.2.3.1 Diseño de primeras páginas

Con todas las páginas del primer relato ilustradas y diagramadas, se procede a diseñar las páginas de introducción de las historias del primer volumen (6 y 12). Se realizan en conjunto para conservar una unidad y aprovechar recursos gráficos repetidos. Este proceso se realiza con base en el estudio de estilos que se hizo para el resto de los relatos (Anexo 8 Moodboard historias).

Figura 86 Elementos de diseño



Figura 87 Portadas historias



Con las portadas de las historias listas, se repiten los anteriores procesos con la historia 12, esta vez apoyándose en los lineamientos gráficos de las portadas y el moodboard propio.

5.2.4 ARTE FINALIZADO

Llegar a esta fase implica haber completado las fases 5.1 *PRE PRODUCCIÓN* y 5.2 *PRODUCCIÓN* con la siguiente historia, pues se procede a armar el machote del volumen en cuestión. En este caso, se continuará con el ejemplo del Volumen 1, y sus historias (6 y 12).

Esta etapa también implica el diseño del logo, portada, contraportada, páginas preliminares, introducción, índice y anexos.

5.2.4.1 Armado del machote

Compilados los relatos del volumen, se revisa la cantidad de páginas resultantes. En el caso del Volumen 1, la historia #6 resultó con 10 y la #12 con 4, para un total de 14 páginas. Dado que es necesario que el número de páginas sea múltiplo de 4, y previamente se determinó contar con 20-24 páginas por entrega, se planean las páginas complementarias en función de eso. Estas son:

- **Portada**

Se piensa en una estética en alto contraste, empleando los rostros de los personajes femeninos de las historias, exhibiendo sus rostros de angustia, pánico y confusión. La idea es que sean impactantes y llamativas.

- **Contraportada:**

Contendrá la motivación del proyecto, explicando los alcances en esta etapa de prueba y sus expectativas, así como redes sociales y logo del fanzine.

- **Créditos:**

Primera página interna, en ella irá nombre de la autora, ciudad y fecha. Se deja espacio para información como depósito legal, entre otros, para posibles futuras entregas que cuenten con estos datos.

- **Introducción:**

Contextualización para los lectores. Aquí se explicará lo que se encontrarán en las páginas siguientes.

- **Contenido:**

Número y nombre de las historias, también se incluirá una breve explicación del origen de las mismas.

- **Página(s) final(es):**

Dedicadas a crear expectativa sobre las siguientes entregas, y dar a conocer las anteriores, así como promocionar las redes sociales del proyecto.

Estos cinco ítems serán replicados en todos los volúmenes, actualizando la información pertinente en el caso de la portada, el contenido y las páginas finales.

5.2.4.1.1 Definición de contenidos escritos

*Se pospone para la siguiente fase el diseño de portada y contraportada, al ser necesario primero definir el nombre realizar el logo.

A continuación, se definen los textos que irán en cada uno de los puntos señalados previamente:

- **Introducción**

Las caleñas son como las flores, dice la canción. Siendo así, Cali es un jardín que se marchita poco a poco por el acoso.

Bajo esta mirada encontraremos narrados gráficamente testimonios de víctimas de acoso callejero en la ciudad, compartidos por amigas, conocidas, desconocidas y colectivos feministas, que depositaron su confianza y emociones encontradas en este trabajo.

Gracias, este proyecto es de ustedes.

- **Contenido**

Para la realización del proyecto se recibieron 73 testimonios de forma anónima.

Los sucesos ilustrados son adaptaciones de estas historias recibidas y posteriormente seleccionadas.

- **Contraportada**

Este trabajo es producto de una inquietud personal: preguntarme como víctima de acoso cómo se sienten otras mujeres, y en el proceso entenderlo como una

mecánica normalizada en nuestra cultura; y una cuestión académica: ¿De qué manera el diseño gráfico puede darles voz a historias invisibilizadas o poco conocidas?

El resultado es este: historias narradas por mujeres con nombres de flor, símbolo de la mujer caleña por excelencia. Rosas intimidadas en una Coomepal, Veraneras abusadas en una E21, y Flores de Mayo perseguidas por taxistas en la noche son algunos de los sucesos que leeremos, protagonizados por flora citadina, de esa que se encuentra en cada esquina de la Sultana, apagándose por la inclemencia de su entorno.

5.2.4.2 Diseño de elementos gráficos

5.2.4.2.1 Definición de nombre y diseño de logotipo

Gracias a la investigación sobre el contexto social y cultural de la ciudad, y su alusión reiterativa en la salsa, se definieron las flores como símbolo de diversidad y unión entre mujeres. Este aspecto es tomado como pilar de la conceptualización del trabajo, y dado que en el grupo focal se estableció que las caleñas “sí son como las flores”, se decide aprovechar ese juego de palabras en el nombre del proyecto. Se quiere insinuar indirectamente la relación de estas mujeres con su entorno, la ciudad como escenario de los hechos, lugar donde nacen, y a medida que crecen descubren sus bondades, pero también sus aspectos más oscuros: circular por sus calles no sólo puede ser incómodo, sino también peligroso. Pero es pese a ello, a la adversidad del entorno, que las mujeres unidas florecen, abriéndose paso entre las calles y negándose a dejarse marchitar por el acoso. Es así como se llega al nombre “Donde Nacen Las Flores”.

Con esto definido, es momento de diseñar el identificador gráfico. Se parte de una búsqueda tipográfica que evoque contrastes entre formas rígidas, asemejándose a estructuras de ciudad, con líneas orgánicas que fluyan libremente, asemejando las flores que crecen en el pavimento. Así, se realiza la siguiente exploración:

Figura 88 Búsqueda tipográfica para logotipo



Se divide el identificador en dos, la primera parte (Donde Nacen) que hace referencia a la ciudad, y las flores, simbolizando a las mujeres. Para la sección de ciudad, se exploran tipografías en alta con serifa (Aleo Regular) y palo seco condensadas (Antonio Light y Futura Light Condensed). Respecto al fragmento de las flores, se evalúan las fuentes Brayline y Claudia, empleadas en algunas partes de los relatos ilustrados, y se incluye la Majestic Romance³³ Thin.

Respecto a la elección cromática, se tiene en mente el contraste de lo urbano, representado por el gris, y la calidez de las caleñas. Pensando en esto y las reiterativas comparaciones con las rosas, se selecciona un matiz magenta.

Se escogen la Futura Light Condensed, por ser parte de la familia tipográfica designada para los bocadillos y llamados de atención en las ilustraciones y llenar las expectativas de lo que se desea transmitir; por su parte, se hace una decantación a favor de la Majestic Romance por encima de las demás fuentes, al ser la más orgánica. Escogidas las tipografías se realizan algunas experimentaciones con las frases que componen el identificador:

³³ "Majestic Romance es una tipografía tipo script sans serif con dos variaciones regulares. Pensada para el diseño de carteles, portadas de libros, mercadería, campañas de moda, revistas, tarjetas de felicitación, portadas de álbumes y más." Fontlot.com. Recuperado de <https://fontlot.com/83772/majestic-romance-font-duo/>

Figura 89 Experimentación tipográfica



Se decide trabajar con el último ejemplo, conservando la tipografía sin ningún tipo de intervención o efecto, sin embargo, para ir acorde con algunos parámetros de estilo definidos en fases anteriores, se prueba modificar opacidades y jugar con los modos de capa. Este es el resultado:

Figura 90 Prueba de opacidad



Con esa modificación, se baja la saturación de las tonalidades, y se obtiene el logotipo para el proyecto. A continuación, las siguientes etapas del proyecto.

5.2.4.2.2 Diseño de portada

De acuerdo a lo consignado en el punto *5.2.4.1 Armado del machote - portada*, se usarán como insumos ilustraciones de las historias en las que se haga énfasis en el rostro de las víctimas. Se escogen primeros planos y se les hace el tratamiento de color correspondiente, pensando en obtener contrastes fuertes y llamativos. También se usan las flores disecadas empleadas en las ilustraciones como elemento complementario.

Figura 91 Selección y edición de ilustraciones para portada

Historia 6- Pág. 4



Historia 12- Pág. 14

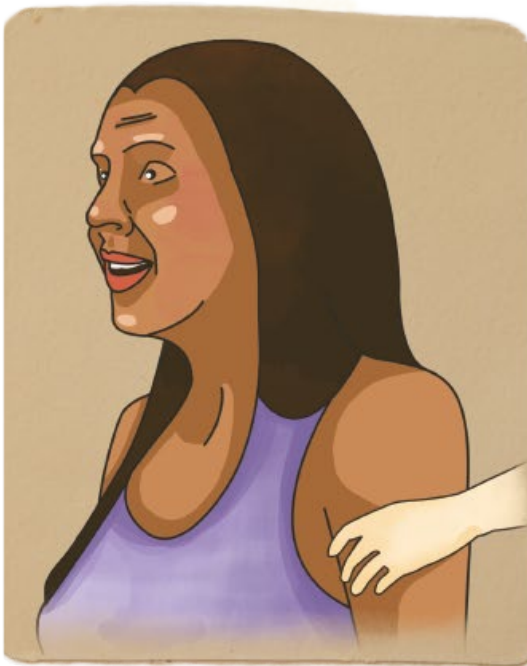


Figura 92 portada Volumen 1



5.2.4.2.3 Diseño de páginas restantes

Con el identificador gráfico del proyecto listo, y la portada como referente estético, se concluyen las páginas que faltan por diseñar, mencionadas en el punto 5.2.4.1.1 *Definición de contenidos escritos*. Así obtenemos:

Figura 93 Créditos e Introducción

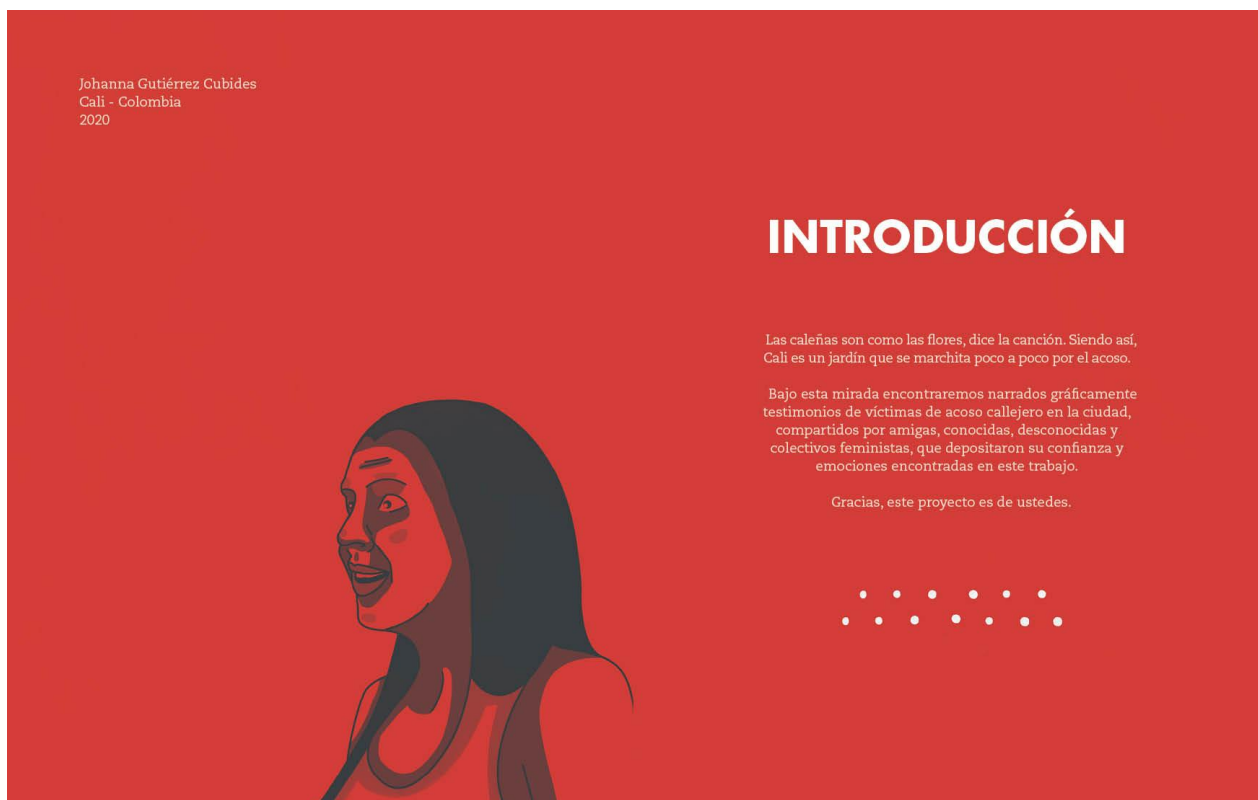


Figura 94 Contenido

CONTENIDO

Historia #6 - ROSALÍA

Historia#12 - AZULINA

Para la realización del proyecto se recibieron 73 testimonios de forma anónima. Los sucesos ilustrados son adaptaciones de estas historias recibidas y posteriormente seleccionadas.

Figura 95 Página final

PRÓXIMAMENTE

Las Flores

DONDE NACEN

VOLUMEN 2

**COMPARTE TUS HISTORIA Y SÉ
PARTE DEL PROYECTO**



www.dondenacenasfloresproject.com



[dondenacenasflores.project](https://www.facebook.com/dondenacenasflores.project)



[dondenacenasflores.pr](https://www.instagram.com/dondenacenasflores.pr)

Figura 96 Contraportada

Las Flores

DONDE NACEN

VOLUMEN 1

Donde Nacen Las Flores es producto de una inquietud personal: preguntarme como víctima de acoso cómo se sienten otras mujeres, y en el proceso entenderlo como una mecánica normalizada en nuestra cultura; y una cuestión académica: ¿De qué manera el diseño gráfico puede darles voz a historias invisibilizadas o poco conocidas?

El resultado es este: historias narradas por mujeres con nombres de flor, símbolo de la mujer caleña por excelencia. Rosas intimidadas en una Coomepal, Veraneras abusadas en una E21, y Flores de Mayo perseguidas por taxistas en la noche son algunos de los sucesos que leeremos, protagonizados por flora citadina, de esa que se encuentra en cada esquina de la Sultana, apagándose por la inclemencia de su entorno.



donde nacen las flores.project



dondenacenlasflores.pr

De esta manera se concluye con el armado del machote, dando vía libre para pasar a las fases finales.

5.2.5 Pruebas de impresión

Con el fanzine diagramado se hacen pruebas caseras de impresión para prever y corregir posibles errores de color, cerciorarse que el puntaje de la tipografía sea el adecuado y los textos legibles.

Figura 97 Pruebas de impresión



También se exploraron diferentes formatos: Media carta (14 x 21,6 cm) cerrado, 15 x 19 cm y 13 x 16,4. Cada una de estas medidas ofrece ventajas y desventajas, por lo que la decisión sobre la medida del proyecto estará determinada por la economía y facilidad que represente al momento de su impresión.

Figura 98 Comparación formato media carta - 15 x 19 cm



Figura 99 Comparación formato 15 x 19 cm - 13 x 16,4



Figura 100 Páginas internas Volumen 1 (Sup. Izq.), Volumen 2 (Sup. Der.) y Volumen 3 (abajo)



Imagen 101 Páginas internas Volumen 1



Una vez identificadas algunas falencias en el color, errores ortográficos, y mejoras en el tratamiento de algunas de las ilustraciones, se hacen las correcciones pertinentes y se procede a realizar una segunda prueba de impresión de las páginas específicas.

Figura 102 Prueba de impresión 2



Se comparan resultados para asegurar que los errores fueron corregidos y si se requieren otros cambios. En la imagen superior se aprecian los ajustes realizados principalmente en el volumen 3 (Historias 20 y 25).

Figura 103 Comparación de correcciones Volumen 3



Una vez aprobados los cambios y corregidos los errores, se preparan los archivos para impresión. Se adjuntan los volúmenes completos en su versión digital. (Ver anexo 10 Volúmenes completos) y el siguiente link:

VERSIONES DIGITALES DE LOS VOLÚMENES

<https://issuu.com/dondenacenasfloresproject>

Figura 104 postales³⁴



³⁴ GraphicsFuel. Free Hanging Cards Mockup PSD- Recuperado de <https://www.graphicsfuel.com/2015/08/free-hanging-cards-mockup-psd/>

Figura 105. Piezas gráficas impresas



* 15 x 19 cm, portada en propalcote 200 gr plastificado mate y páginas internas en propalcote 115 gr, Postales impresas en propalcote 300 gr



VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS GRÁFICOS

<https://www.youtube.com/channel/UCKBsF0xXKYe0XiTOKliXSPQ>

6. PROTOTIPOS PARA DIFUSIÓN

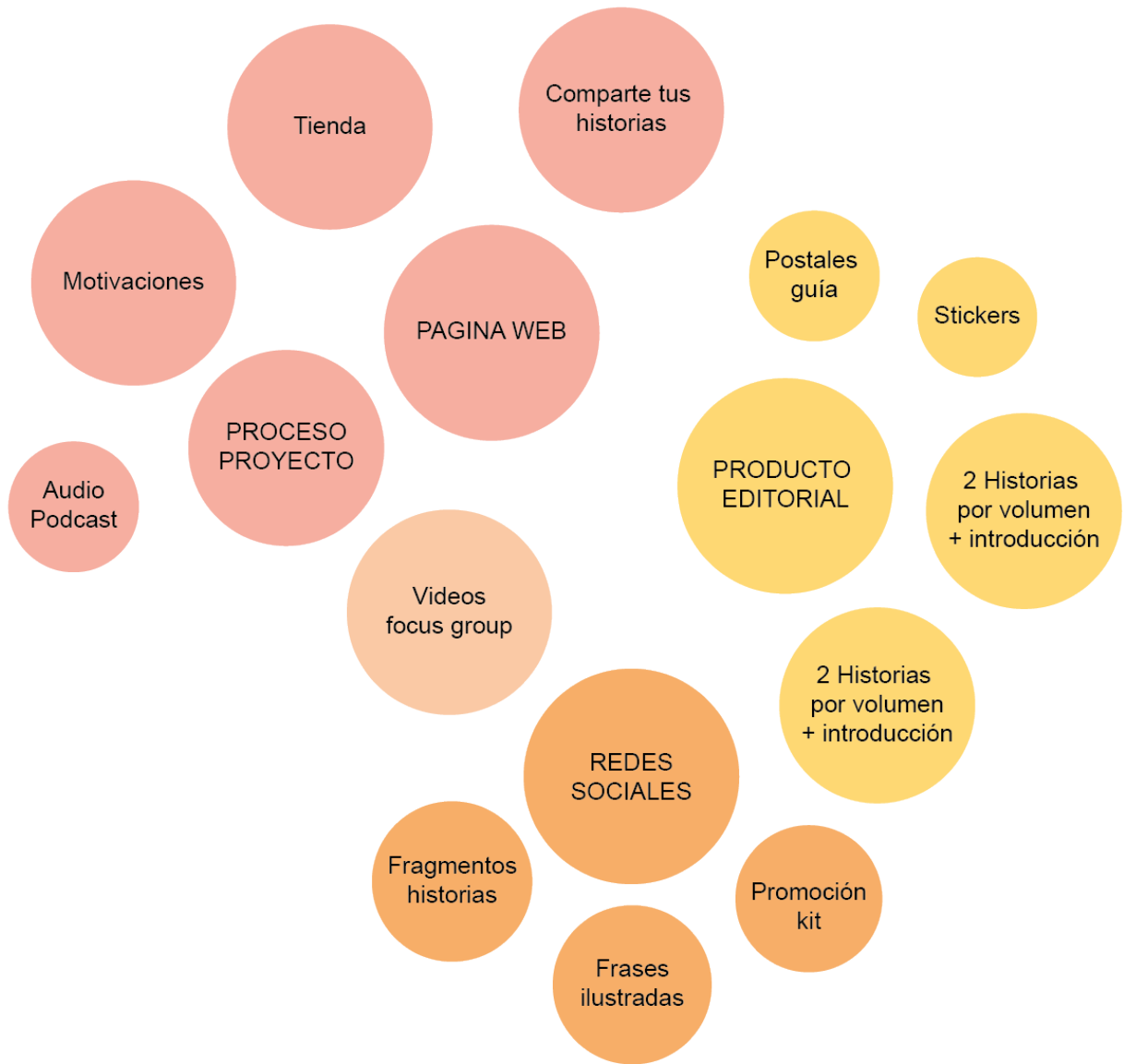
Dado que el proyecto desea tener un el mejor alcance posible al menor costo posible, se toman las siguientes decisiones:

- Se compartirá la versión digital del fanzine por internet. Se evalúan los canales para ello (Compartir los descargables por Google Drive, enviarlos por correo, compartirlos en alguna plataforma editorial, subirlos en algún sitio web).
- Se plantea a futuro una versión económica (a partir de fotocopias) que se pueda distribuir en bibliotecas y centros culturales, con la posibilidad de hacer ediciones de libre circulación.
- Para financiar estas ediciones gratuitas se contempla la elaboración de piezas gráficas complementarias que se vendan con los volúmenes de manera virtual y en ferias gráficas.
- Se planean estrategias por medio de canales complementarios, aprovechando el impacto de las redes sociales. Así, se considera la creación y difusión de contenido audiovisual mediante estos canales, y realizar prototipos de podcast y página web, donde se puedan seguir sumando relatos de acoso.

6.2.1 Desarrollo de contenidos digitales

Atendiendo a lo considerado en el punto anterior, se planifica la manera en que el proyecto se apoyará de las redes sociales y el internet. Así, se piensa un ecosistema digital en el que Facebook e Instagram fomenten la propagación del tema; por otro lado, se examina la posibilidad de crear un sitio web como plataforma para recibir más historias y la venta de los volúmenes. A su vez, gracias al grupo focal se cuenta con grabaciones de audio y video, que se pueden emplear como material de apoyo en los medios mencionados previamente, y como prototipos de programas o actividades como podcast.

Figura 105 Contenido del proyecto y plan para medios digitales

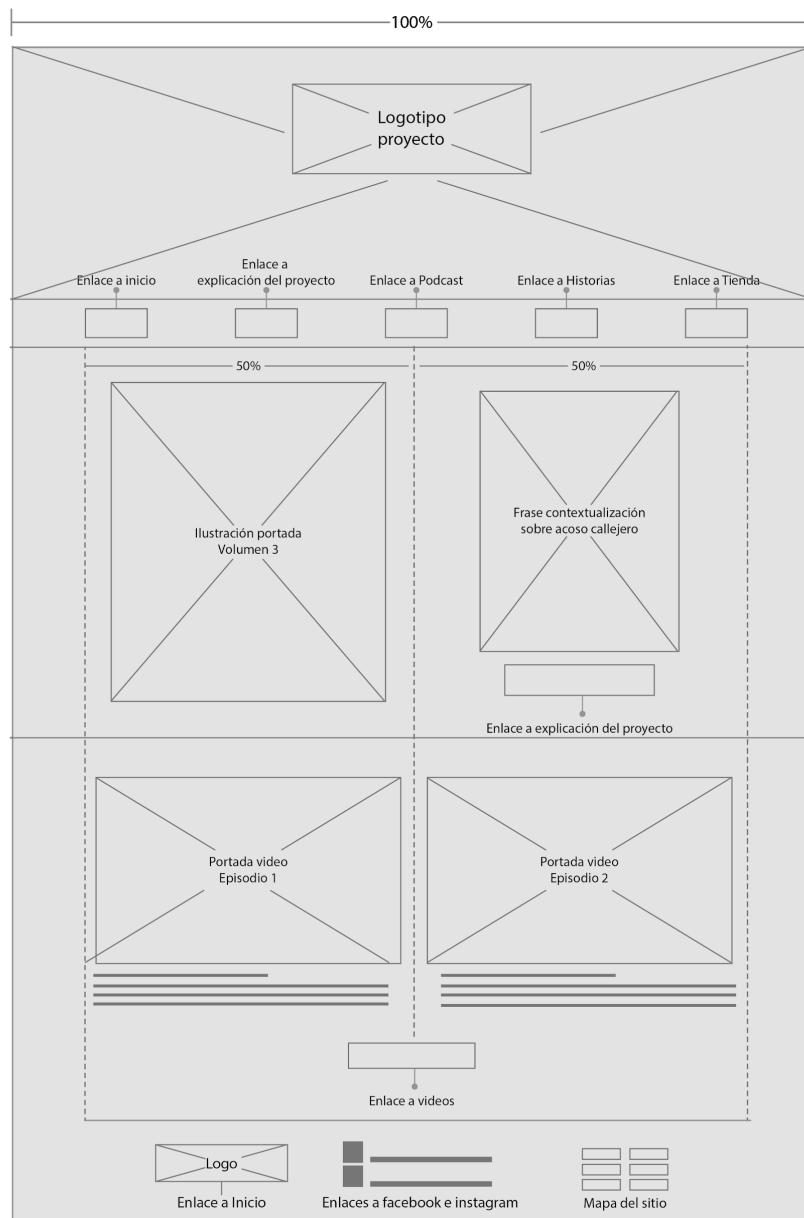


Teniendo claro el rumbo de los prototipos, se procede a la etapa de diseño. Algunos procesos se realizaron de forma paralela, así que el orden en que a continuación se presentará el desarrollo no corresponde con el orden cronológico de la actividad.

6.2.1.1 Diagramación página web

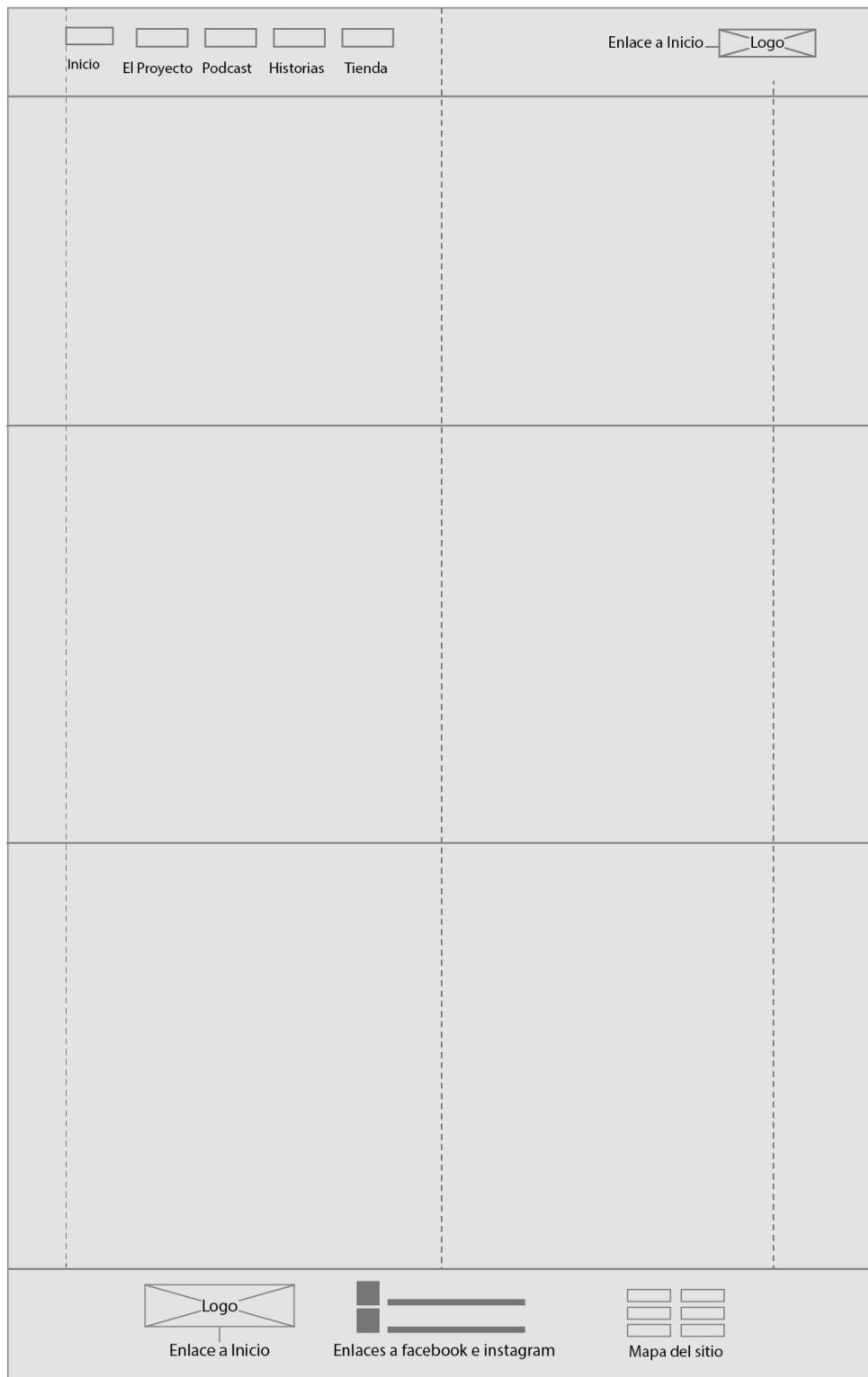
Antes de diseñar, se procede a planear el flujo de navegación mediante la ubicación de botones y secciones importantes. Gracias a ello se obtiene una plantilla para la página inicial.

Figura 106 Diagramación Página de inicio



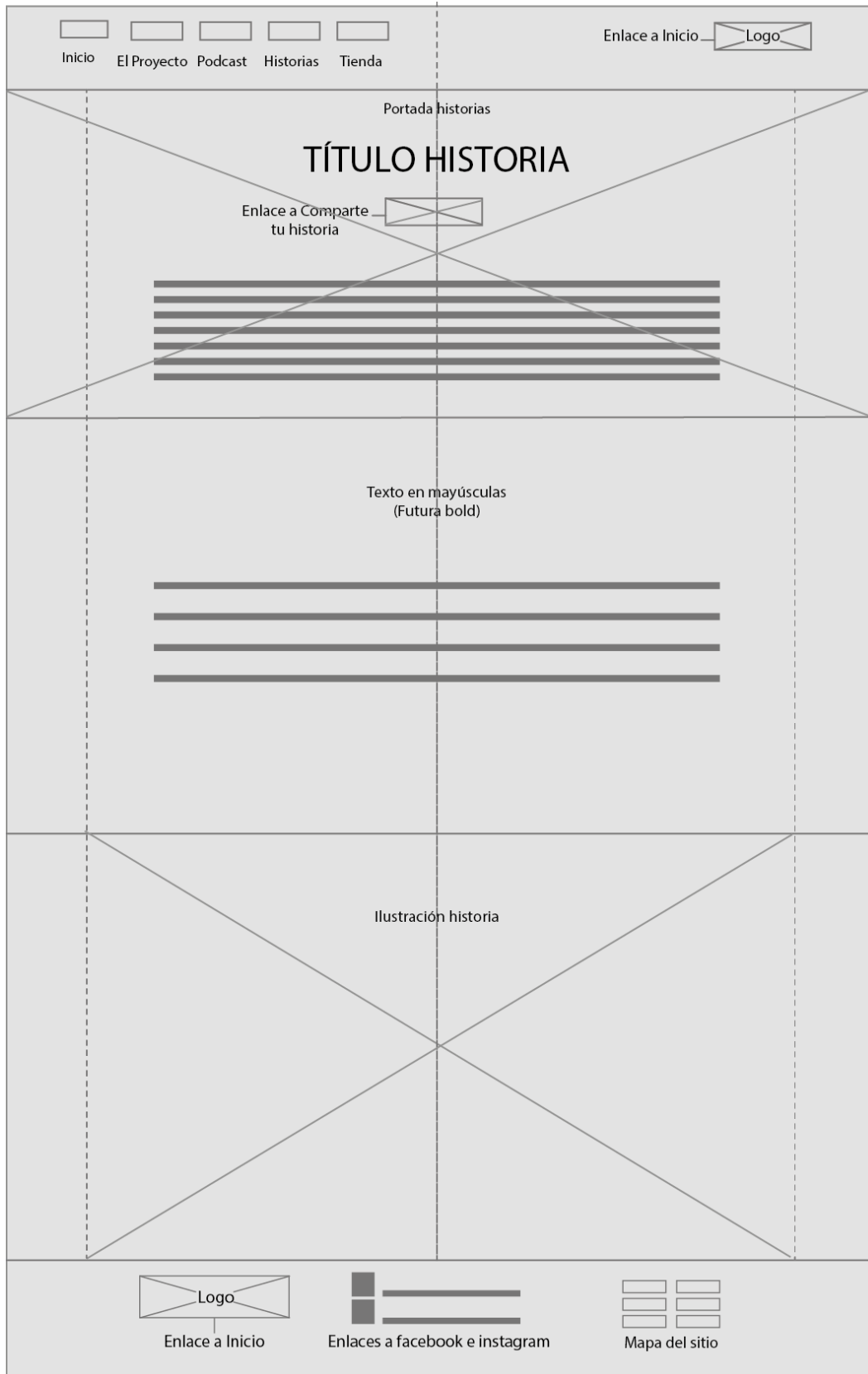
Posteriormente se identifican las secciones que se repetirán en el resto de las páginas (barra de inicio, barra inferior, y una estructura basada en espacios en lo que se compondrán. Estas podrán tener variaciones en función del contenido.

Figura 107 Plantilla Diagramación páginas generales



Por último, se plantean estructuras específicas para ciertas páginas. A continuación, se toma como ejemplo la sección “Historias”.

Figura 108 Diagramación Página Historias



Para desarrollar el prototipo de página web se emplea la plataforma Marvel App³⁵. A continuación, se presentan los resultados de la diagramación; para la realización de los contenidos se tomaron los recursos e ilustraciones elaboradas en el proyecto editorial.

Figura 109 Vista página Inicio³⁶

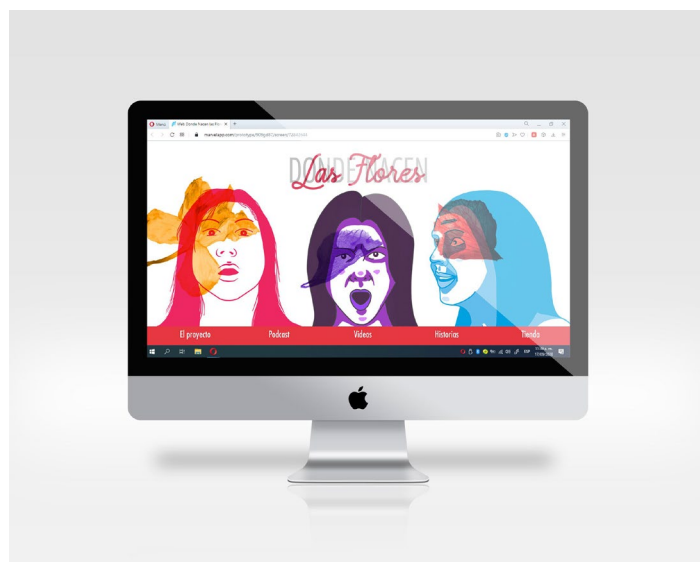
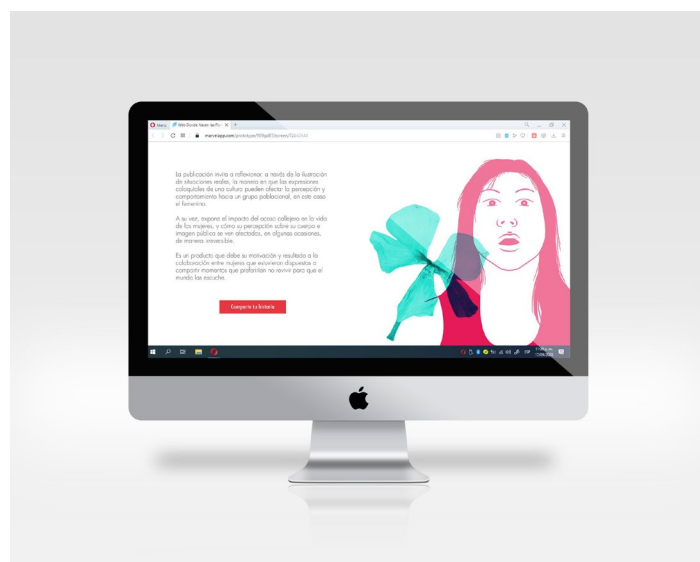


Figura 110 Vista página Proyecto

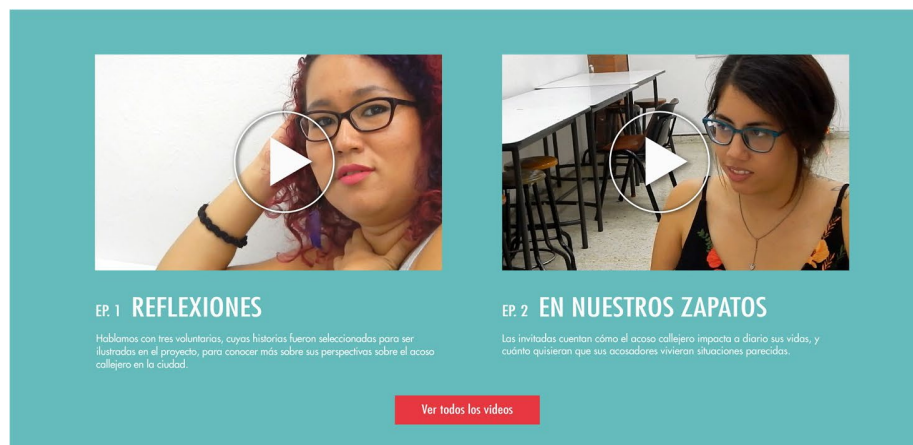


³⁵ Marvel App es una herramienta para crear prototipos interactivos de plataformas digitales. Recuperado de <https://blog.ida.cl/disenio/ventajas-marvel-app-prototipos/> (2017)

³⁶ GraphicTwister -iMac MockUp Template Recuperado de <https://graphictwister.com/imac-mockup-template/>

Seguidamente, se muestra el diseño de las páginas principales. (Se adjunta link para explorar el prototipo del sitio web completo)

Figura 111 Diseño página Inicio

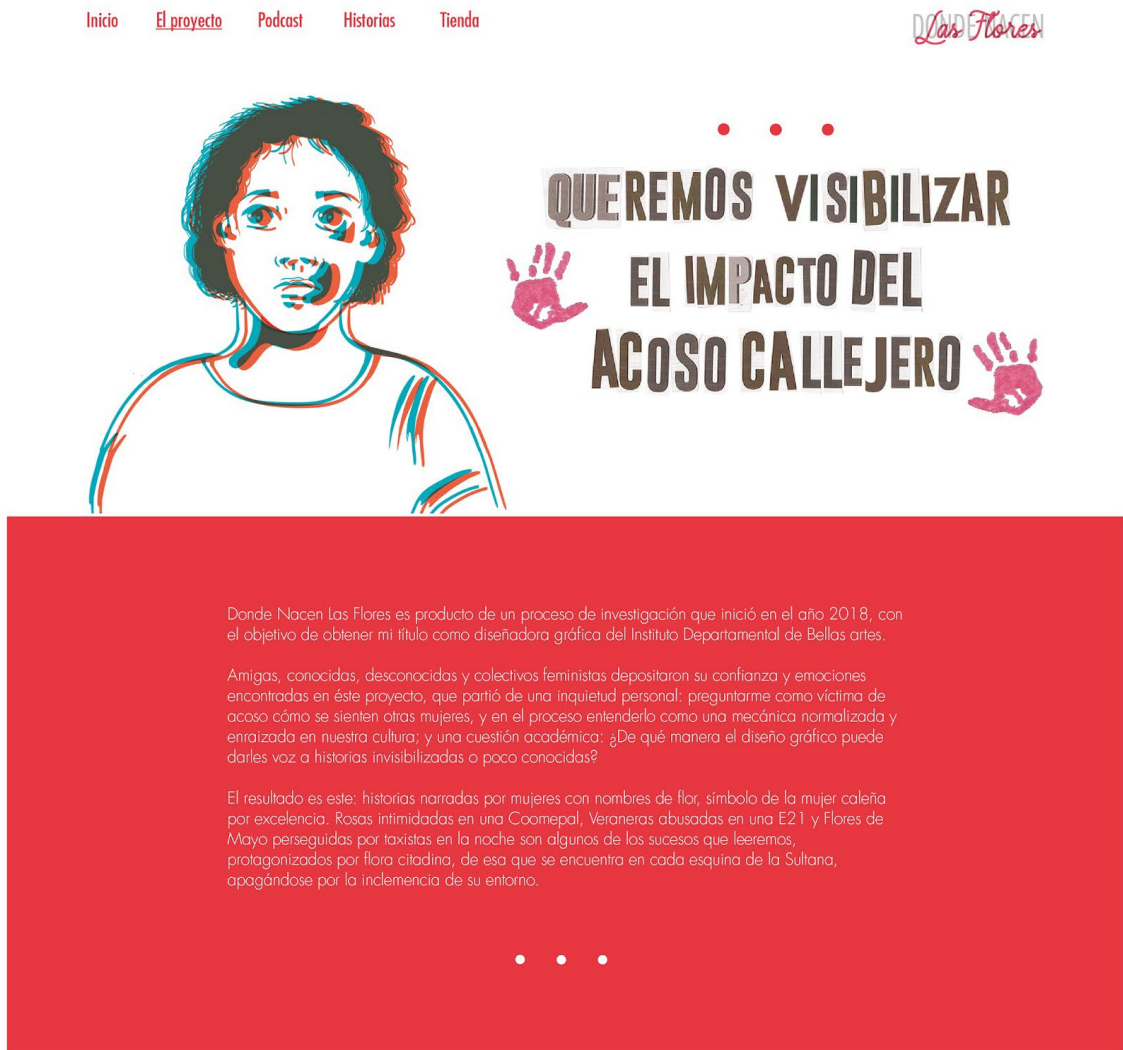


Donde Nacen Las Flores

f donde nacen los flores. project
 @ dondenacenlasflores.pr

Inicio Historias
 El Proyecto Videos
 Podcast Tienda

Figura 112 Diseño página Proyecto



La publicación invita a reflexionar, a través de la ilustración de situaciones reales, la manera en que las expresiones coloquiales de una cultura pueden afectar la percepción y comportamiento hacia un grupo poblacional, en este caso el femenino.

A su vez, expone el impacto del acoso callejero en la vida de las mujeres, y cómo su percepción sobre su cuerpo e imagen pública se ven afectadas, en algunas ocasiones, de manera irreversible.

Es un producto que debe su motivación y resultado a la colaboración entre mujeres que estuvieron dispuestas a compartir momentos que preferirían no revivir para que el mundo las escuche.

Comparte tu historia



Donde Nacen Las Flores

f donde nacen las flores. project
dondenacenlasflores.pr

Inicio Historias
El Proyecto Videos
Podcast Tienda

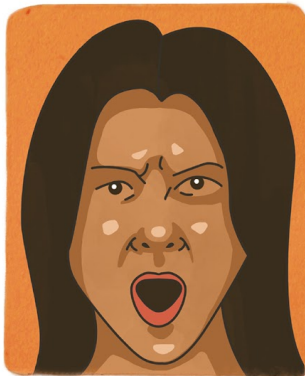
Figura 113 Diagramación Página Podcast



Episodio 1: Las caleñas son como las flores ¿Qué significa?

Al rededor de esta cuestión, nuestras invitadas llegan a diversas conclusiones respecto a las implicaciones que tiene este discurso en la construcción de la imagen de la mujer en la cultura caleña, y en la identidad de las mujeres jóvenes que crecen con estos discursos.

▶ [Episodio 1: Las caleñas son como las flores ¿Qué signi...](#)



Episodio #2 ¿Cómo se siente el acoso?

[ESCUCHA AQUÍ](#)



Episodio #3 Cualquiera puede ser acosador

[ESCUCHA AQUÍ](#)

MÁS PARA VER, LEER Y ESCUCHAR



[HISTORIAS](#)




[VIDEOS](#)

Figura 114 Diagramación página historias

Inicio El proyecto Podcast **Historias** Tienda

Donde Nacen Las Flores



ALZA TU VOZ

Ayúdanos a llegar a más personas y a construir los siguientes volúmenes con tus experiencias de acoso callejero.

[Comparte tu historia](#)

Lee lo que sucede en las calles, parques y transporte de Cali

Ayúdanos a compartir estos testimonios para que lleguen a más personas, y así aportar a la creación de espacios de reflexión sobre el tema.

Historias organizadas según

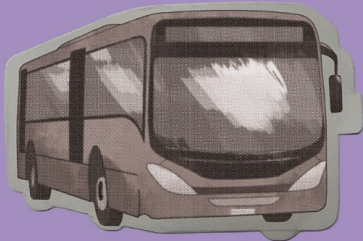
- Gravedad de la agresión
- Lugar de los hechos

Via Pública - Exteriores

Sucesos ocurridos en las calles, parques y afueras de edificios, lugares de trabajo o sitios frecuentados.

Sistema de Transporte Masivo

Sucesos ocurridos en los buses y estaciones del Sistema de Transporte Masivo Mio



Transporte público

Aquellos actos realizados en buses y busetas públicas, servicios de taxi y aplicaciones móviles


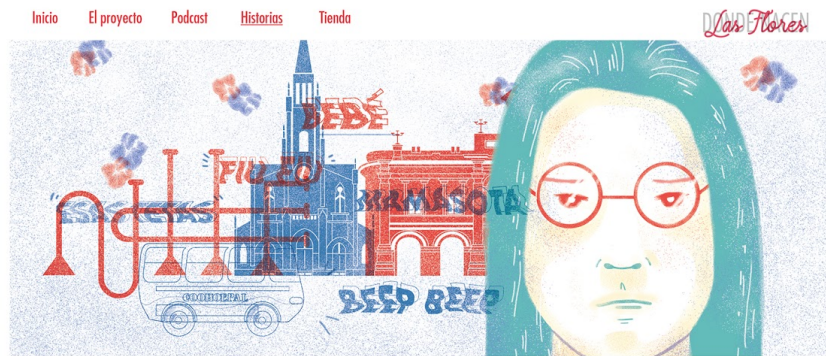


Figura 115 Diagramación Página Relato



HISTORIA #73 - LANTANA

Comparte tu historia

Los lugares de Cali en los que me he sentido agredida física y psicológicamente por el acoso callejero son: Barrios Sindical, Nueva Floresta, Tequendama, y el Centro de Cali, y en el transporte público, pues en cada lugar tengo una historia para narrar.

En la Nueva Floresta cuando tenía 8 o 9 años, estábamos jugando con unos amigos de la cuadra a la lleva, y de un momento a otro, llegó un hombre, quien también en una cicla, se parqué en frente de todos nosotros. Lo repulsivo del asunto es que tenía su pene envuelto en una media velada. Los adultos que estaban por ahí, se percataron de aquello y una señora sacó una olla con agua y se la echó. En el acto, ese tipo se fue de ahí.

LO REPULSIVO DEL ASUNTO ES QUE TENÍA SU PENE ENVUELTO EN UNA MEDIA VELADA.



Cuando tenía 13 años, iba en compañía de una amiga del colegio caminando por un andén en el barrio Sindical, y a lo lejos escucho que viene un hombre en una cicla. Yo era quien estaba más próxima al bordillo del andén, y de la nada, este hombre saca su mano y me levanta la falda de repente, tocándome el culo. Lo único que pude decir fueron groserías hacia él, quien aumentó la velocidad de la cicla. Para mi sorpresa, me empieza a chorrear un líquido blanco por la entrepierna, y supe que era semen.

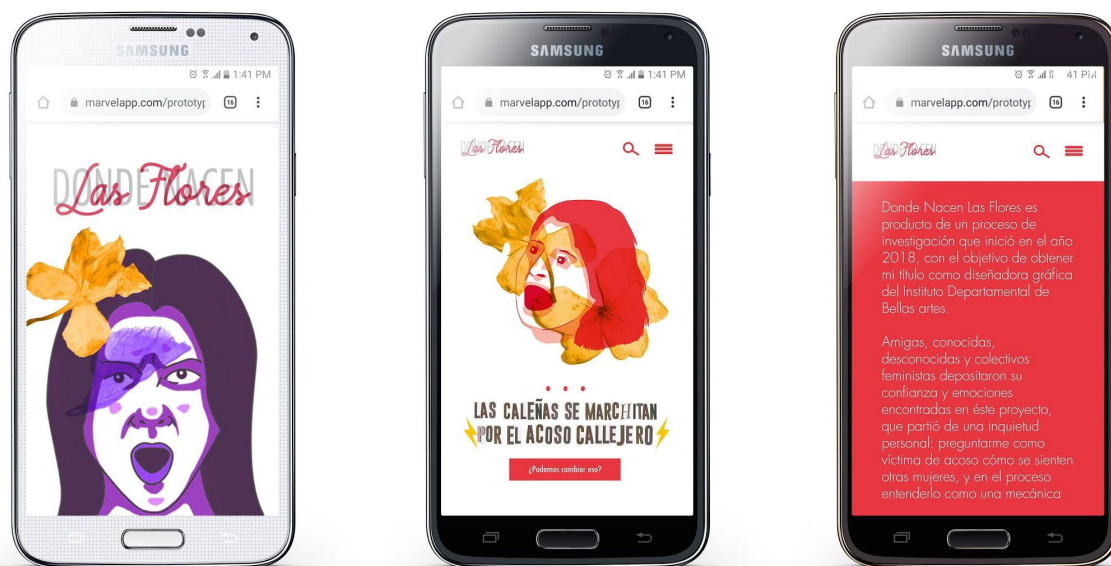
Fue algo asqueroso, me sentí violada, sucia. Entré en pánico. Afortunadamente mi amiga estaba conmigo y pude ir rápidamente a lavarme. Pasé una semana pensando que podía estar embarazada de aquel hombre, era tal mi asco y repulsión, que solo podía pensar lo peor.

En Tequendama, en diciembre de 2017, iba caminando, cuando de repente un viejo de alrededor 70-80 años, pasó muy cerca de mí murmurando sandeces, "mamita rica como tiene de buenas esas tetas". Inmediatamente le grité "viejo asqueroso, venga y dígamelo en la cara si es tan hombre", sin embargo, el viejo siguió su camino.

Ya para terminar, en el centro de Cali, y en general en otros barrios, así como en el transporte público, me he topado a lo largo de mi vida, con frases y palabras que nunca pedí a cerca de mi vagina, mis senos, la forma en la que camino y demás. Sintiéndome cada vez más cosificada. Ya como adulta, a mis 27 años he sacado el coraje para increpar a esos hombres acosadores."

Puesto que el modelo de web realizado en Marvel App no es responsive, se realizan algunos ejemplos sobre la visualización del sitio en móviles.

Figura 116 Diagramación ejemplos visualización en móviles³⁷



Con esto, obtenemos el modelo del sitio web, con el que a futuro se proyecta crear un espacio de difusión del proyecto; divulgar aquellas historias que no se encuentran en los impresos acompañadas de ilustraciones³⁸ y compartir los productos audiovisuales que resultaron de la edición de los videos y grabaciones obtenidas en las fases anteriores.³⁹

PROTOTIPO PÁGINA WEB

<https://marvelapp.com/prototype/909gd87>

³⁷ Samsung-Galaxy-S5-Mockup Recuperado de <http://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/samsung-galaxy-s5-psd-mockup>

³⁸ Se considera la posibilidad de colaborar con ilustradoras que deseen graficar estos relatos, sirviendo a su vez como plataforma para promocionar su trabajo.

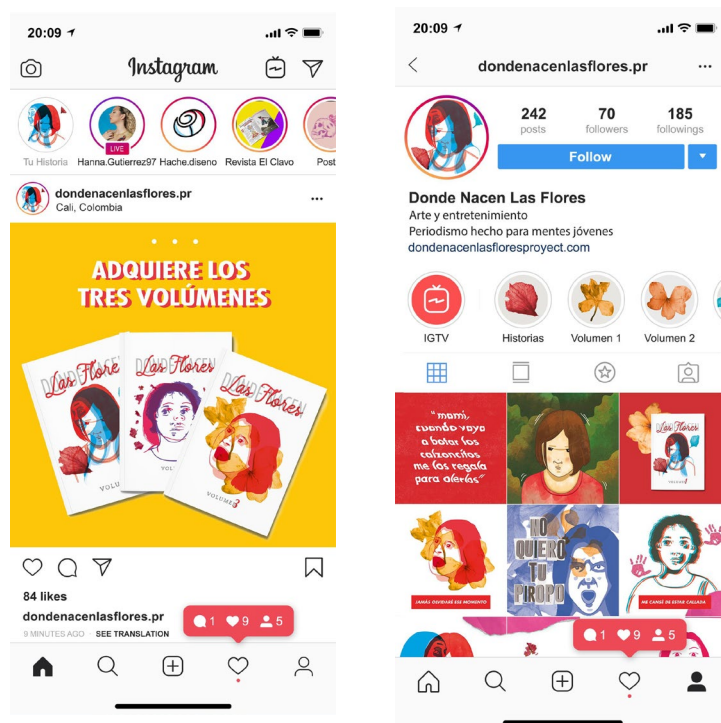
³⁹ Revisar estos productos audiovisuales en las redes sociales y plataforma de podcast Ivoox. Se anexan los links al final del proyecto.

6.2.1.2 Diseño de contenido para redes

El segundo componente de este ecosistema digital son las redes sociales, enfocándose en Instagram y Facebook. Captar la atención de seguidores jóvenes para difundir el proyecto y animar a las mujeres a compartir sus historias por medio del sitio web (en fase de muestra) es el objetivo principal, para ello se realizará una campaña de lanzamiento tanto del proyecto como del primer volumen por medio de material audiovisual y contenidos de la página web y el material impreso.

El identificador escogido para redes es: donde nacen las flores. Project (@dondenacenasflores.pr). Se incluye el complemento “Project/pr” para diferenciarse de otras páginas con el mismo nombre.

Figura 117 Ejemplo publicación Instagram⁴⁰



PILOTO DE REDES SOCIALES

- INSTAGRAM <https://www.instagram.com/dondenacenasflores.pr/>

⁴⁰ Free Hanging Cards Mockup PSD

Recuperado de <https://www.graphicsfuel.com/2015/08/free-hanging-cards-mockup-psd/>

Figura 118 Ejemplo portada Facebook⁴¹

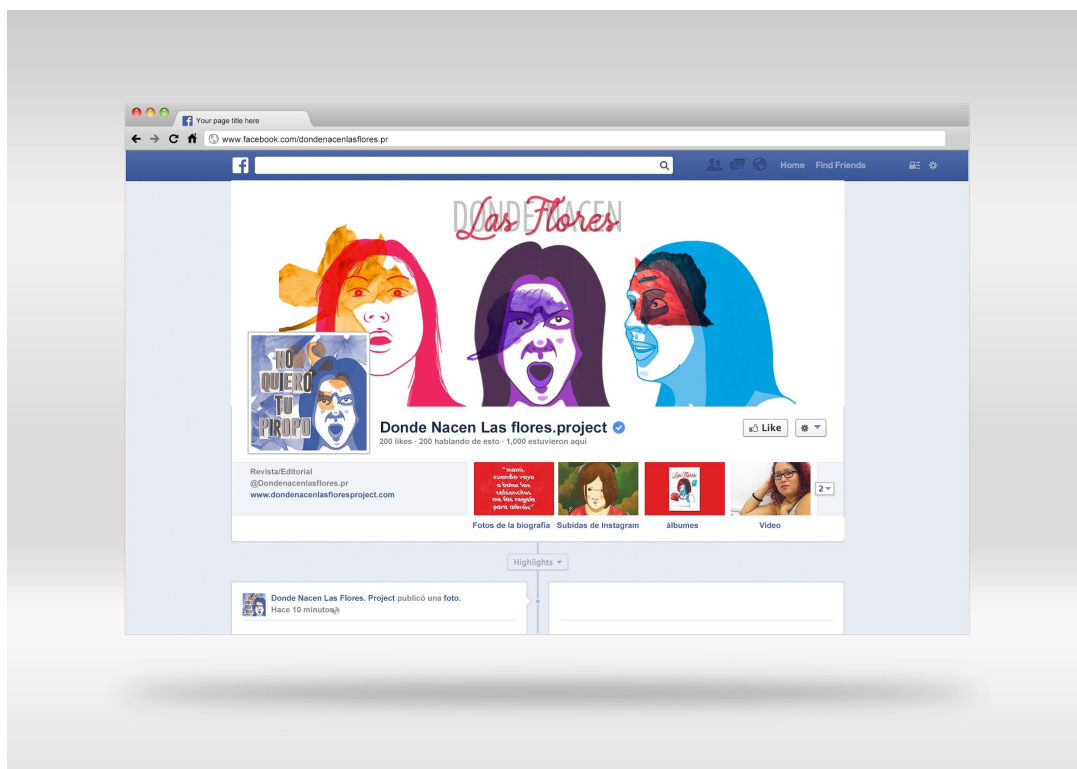
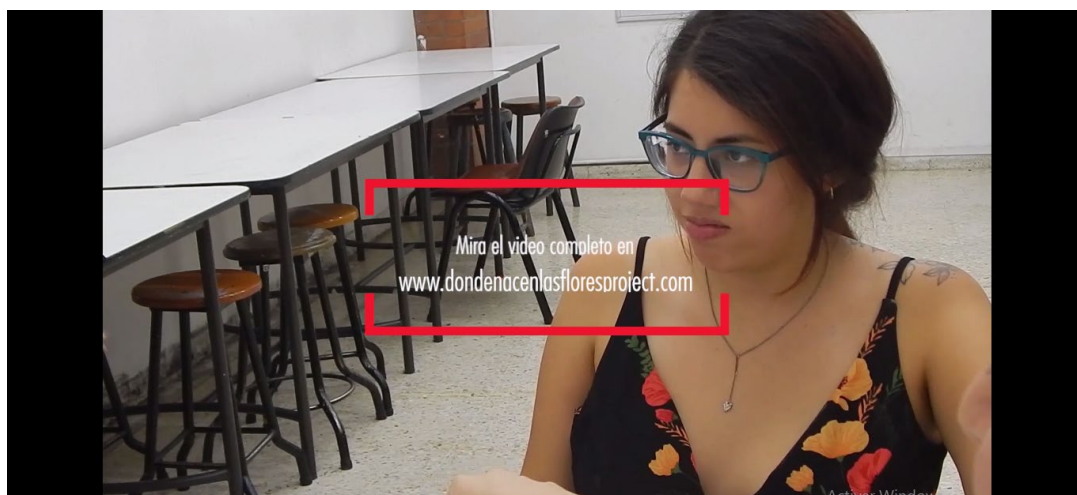


Figura 119 Captura video promocional 2 de 2



⁴¹ Facebook Photoshop cover mockup Recuperado de <https://pitchstock.com/product/facebook-photoshop-cover-mockup/>

Figura 120 Captura 2 video promocional 2 de 2



ENLACE CANAL DE YOUTUBE

<https://www.youtube.com/channel/UCKBsF0xXKYe0XiTOKliXSPQ>

Por otro lado, se consideran estos canales para difundir de una manera real la versión digital del proyecto en una siguiente fase, ya sea por medio de algún servicio de nube (Google Drive) o alguna plataforma editorial (Issuu); y recopilar nuevas historias (Google Forms). Teniendo en cuenta que el medio principal propuesto es la página web, que se encuentra en este momento en versión piloto.

Ya para concluir con este punto, se aclara que los contenidos previamente mostrados se subirán de forma progresiva a las redes, de manera que sea orgánico el crecimiento de las mismas.

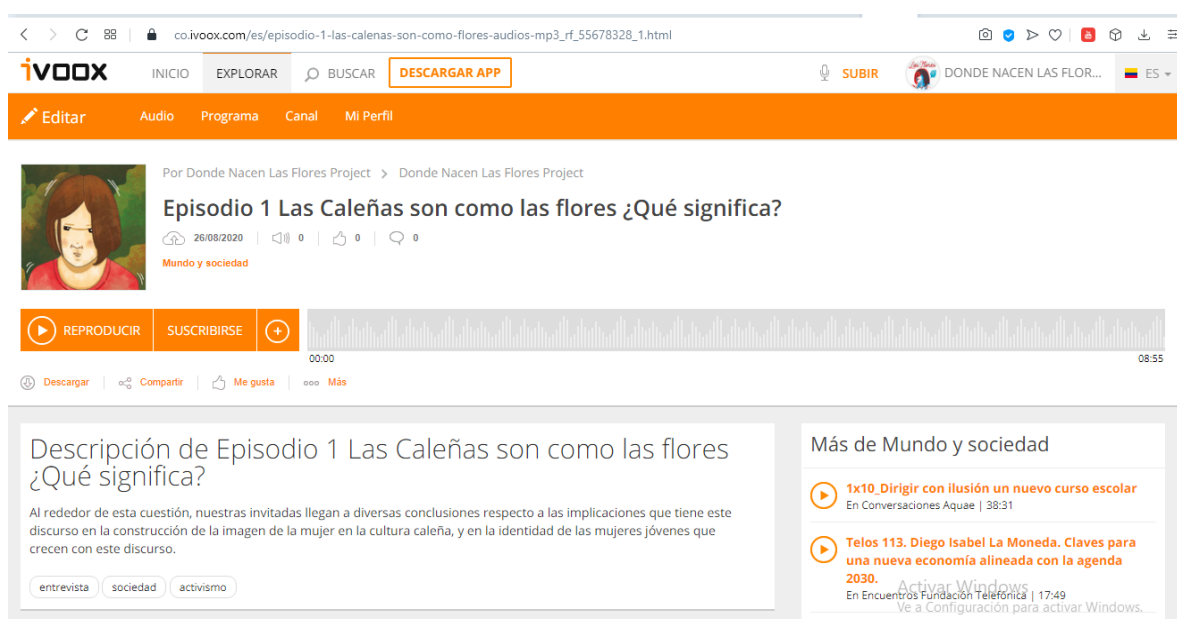
6.2.1.3 Canales complementarios

En esta última fase, se suman dos canales de difusión: Por un lado, está Ivoox: “Un espacio en el que podemos publicar, escuchar, compartir y descargar audios. También es una comunidad de oyentes en la que se pueden recomendar o descubrir nuevos programas, audios o podcast.”⁴²

⁴² Educa con Tic, Ivoox, la letra con audio entra. Recuperado de <http://www.educacontic.es/blog/ivoox-la-letra-con-audio-entra>

Esta plataforma es escogida gracias a la cantidad de beneficios gratuitos que ofrece respecto a otras. Aquí serán subidos los audios recopilados en el grupo focal a manera de capítulos de 7-8 minutos, en los que se oirán las reflexiones más impactantes de las voluntarias respecto al acoso callejero. Se proyecta este medio a futuro como un espacio para expandir la manera de compartir los relatos de acoso por medio de diálogos con invitadas, retomando la sugerencia de las entrevistadas de hacer exposiciones de los casos en sitios públicos, pero enfocándose en los medios digitales.

Figura 121 Episodio 1 de 3 subidos en Ivoox



The screenshot displays the Ivoox website interface. At the top, there is a navigation bar with the IVOOX logo, 'INICIO', 'EXPLORAR', 'BUSCAR', and a 'DESCARGAR APP' button. Below this is a secondary navigation bar with 'Editar', 'Audio', 'Programa', 'Canal', and 'Mi Perfil'. The main content area features a profile picture of a woman and the text 'Por Donde Nacen Las Flores Project > Donde Nacen Las Flores Project'. The episode title is 'Episodio 1 Las Caleñas son como las flores ¿Qué significa?' with a date of '26/08/2020' and a category of 'Mundo y sociedad'. Below the title are buttons for 'REPRODUCIR', 'SUSCRIBIRSE', and a plus sign. A progress bar shows the audio is at 00:00 of a total duration of 08:55. Below the player are options for 'Descargar', 'Compartir', 'Me gusta', and 'Más'. A description box contains the text: 'Descripción de Episodio 1 Las Caleñas son como las flores ¿Qué significa? Al rededor de esta cuestión, nuestras invitadas llegan a diversas conclusiones respecto a las implicaciones que tiene este discurso en la construcción de la imagen de la mujer en la cultura caleña, y en la identidad de las mujeres jóvenes que crecen con este discurso.' Below the description are tags for 'entrevista', 'sociedad', and 'activismo'. On the right side, there is a section titled 'Más de Mundo y sociedad' with two recommended episodes: '1x10_Dirigir con ilusión un nuevo curso escolar' and 'Telos 113. Diego Isabel La Moneda. Claves para una nueva economía alineada con la agenda 2030.' A Windows watermark is visible at the bottom right of the screenshot.

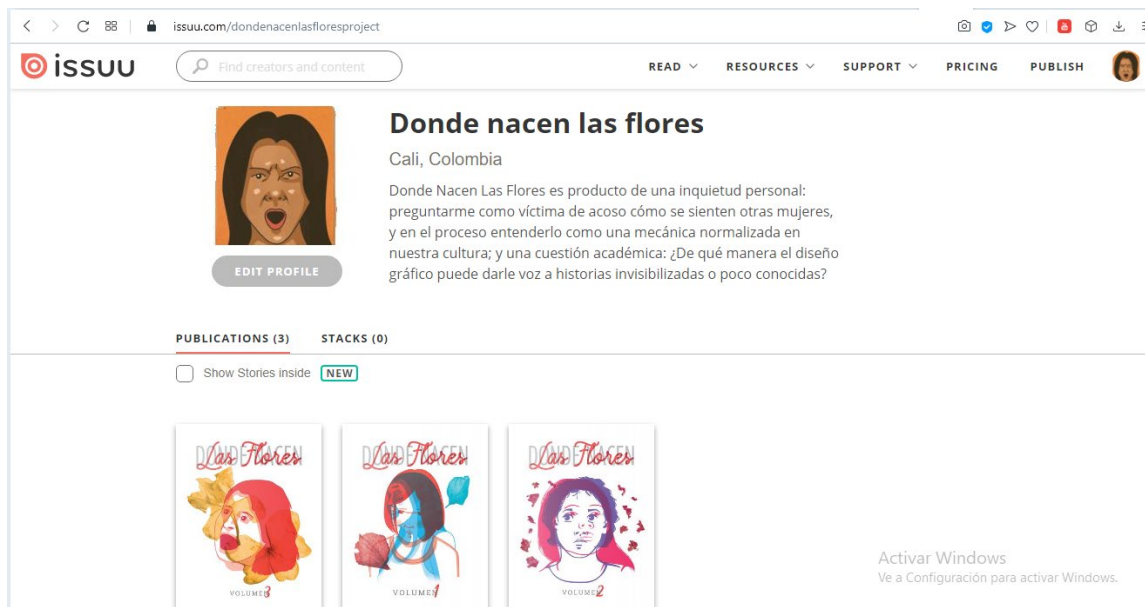
Por su parte, está Issuu, “un servicio en línea que permite la visualización de material digitalizado, como libros, documentos, números de revistas, periódicos, y otros medios impresos de forma realista y personalizable.”⁴³ Aquí se subirán los volúmenes completos para que puedan ser vistos por cualquier persona.

PILOTOS DE PODCAST

https://co.ivoox.com/es/podcast-donde-nacen-las-flores-project_sq_f11027695_1.html

⁴³ Wikipedia, Issuu. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Issuu>

Figura 122 Publicaciones subidas en Issuu



VERSIONES DIGITALES EN ISSUU

- VOLUMEN 1 <https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/vol1>
- VOLUMEN 2 https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/prueba_2_vol2
- VOLUMEN 3 <https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/vol3>

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Análisis de resultados

Se concluye esta propuesta de diseño con relatos de acoso ilustrados, narrados por mujeres con nombres de flor, símbolo de la mujer caleña por excelencia, repetido cantidades de veces en la salsa, género musical estandarte de la ciudad, y tras del cual se esconde una caracterización de mujer-objeto ornamental, pero también la unión y diversidad de las caleñas. Cali es un gran jardín lleno de flores que poco a poco se marchitan por el abuso y el acoso.

Rosas intimidadas en una Ermita 2, Veraneras abusadas en una E21 y Flores de Mayo perseguidas por taxistas en la noche son algunos de los sucesos que

leeremos, protagonizados por flora citadina, de esa que se encuentra en cada esquina de la Sultana, apagándose por la inclemencia de su entorno, en un proyecto editorial ilustrado a manera de diario personal, que toma influencias del cómic y el fanzine.

De esta manera, se desarrolla una narración gráfica que se centra en la expresión de las emociones y combina la ilustración digital y análoga con recortes elaborados y diagramados a mano, con estilos variados que conservan una unidad gráfica por medio del color y los elementos que las componen.

Cada historia tiene referencias de fragmentos de letras de canciones propias de la cultura caleña donde se hace alusión al género femenino, y se relaciona de alguna manera con el texto.

I. **Historia 6** “Las hermosas son como las rosas” **protagonista:** Rosalía

II. **Historia 12** “Para tí, caleña” **protagonista:** Azulina

III. **Historia 13** “Aquí no hay feas” **protagonista:** Veranera

IV. **Historia 15** "Las sencillas son como Violetas" **protagonista:** Violeta

V. **Historia 25** “Con su caminar me hace delirar” **protagonista:** Bignonia

VI. **Historia 73** "Tanta guapita para besar" **protagonista:** Mayo

Estos volúmenes impresos se entregan acompañados de postales informativas.

Por su parte, ya que esta propuesta se propone alcanzar a una cantidad considerable de personas de una forma económica, es complementada con modelos de canales digitales que expandan el universo de los relatos impresos, favorezcan la difusión del proyecto y animen a más personas a compartir sus historias; así como acercarse al impacto que causa el acoso callejero en las jóvenes de Cali.

Conclusiones

Con la culminación de este proceso reaprendí que el diseño gráfico obedece a un propósito mucho más grande que su autor, y que nuestro fin como profesionales debería ser impactar y comunicar a través de la imagen mediante la empatía, un componente vital para darle sentido a nuestro mensaje en este mundo sobresaturado de contenido visual, muchas veces vacío.

Crear para crear y transformar, podría ser la síntesis de lo que me deja este viaje, pues el hacer del diseño lleva implícita una curiosidad visionaria, un examen constante del entorno, y la reiterativa pregunta: ¿Cómo podría aportar a esa situación? La mirada del diseñador conserva entonces la virtud soñadora del niño, el poder de imaginar mundos distintos, con la diferencia de tener en nuestras manos la posibilidad de materializarlos, así como exponer aquello que nos sentimos responsables de cambiar en nuestra realidad en la medida de nuestras posibilidades. Gracias a ello soy consciente que desde mi lugar como profesional puedo hacer un esfuerzo, por mínimo que pueda parecer, para aportar a mejorar mi entorno.

Desde el desarrollo de la primera fase del trabajo adquirí un compromiso con todas aquellas mujeres que desearon alzar su voz; a cada mujer que revivió su frustración escribiendo o narrando sus vivencias, así como la que aportó ideas o consejos; o simplemente se emocionó sabiendo que alguien tiene la intención de exponer aquellos momentos en los que se sintieron vulnerables en las calles.

Conforme avanzaba en las fases del proyecto, se hacía evidente la manera en que crear diálogos en pro de la visibilización de esta problemática empodera, contribuyendo a superar la culpabilidad, y transformando momentos incómodos en espacios de unión femenina. Por otro lado, se entiende que gracias a la cantidad de posibilidades comunicativas que ofrece el diseño gráfico, hay muchas maneras de abordar la narración de testimonios, sin embargo, gracias a la investigación de referentes, y la revisión de sugerencias de las colaboradoras, se encuentra en la narración gráfica una buena propuesta para transmitir mensajes de forma llamativa, pues posibilita el desarrollo de diálogos íntimos con el lector, de manera que inmerso en las páginas logre desarrollar empatía por los personajes femeninos ilustrados, favoreciendo un cambio respecto a la perspectiva del acoso.

También, se determina que el uso de las redes sociales como plataformas que generen interacciones respecto al tema, y enriquezcan la experiencia del producto editorial es importante, dado que el mundo digital permea constantemente la vida real de los jóvenes y adolescentes. Debido a ello, crear un prototipo de entorno virtual, en el que la información fluya entre un canal y otro, puede generar dinámicas que contribuyan a reforzar el objetivo de visibilización.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, queda la reflexión de que para crear propuestas de valor es importante abrirse a todo el conocimiento posible, académico y empírico, lecturas universitarias y experiencias significativas desde la subjetividad de todas aquellas mujeres que quisieron ser parte del desarrollo. En definitiva, el diseño gráfico es una labor que nutre y se nutre de otras áreas, y he ahí parte de su riqueza. Sin duda, la interdisciplinariedad expande los recursos artísticos y conceptuales del diseñador en su oficio.

Con *Donde nacen las flores*, queda la satisfacción como autora/diseñadora de cumplir mi objetivo personal: desarrollar una entrega con el potencial de convertirse en un proyecto de vida dada su proyección, pues cuenta con recursos casi inagotables, así como las posibilidades gráficas que se pueden proponer para impactar el entorno en un futuro: Muralismo, incursionar en el campo audiovisual o animación son algunos ejemplos.

Solo queda agradecer a las voluntarias, a los docentes que me brindaron su apoyo y confianza; y a quienes creyeron en este trabajo.

7.3 Anotaciones

- Dado que la página web empleada en los modelos es un prototipo, una vez sea evaluado el proyecto, se reemplazarán de los elementos gráficos que lo requieran todas las referencias este medio. En su lugar se publicarán aquellos que permitan consumir algunos de los contenidos mencionados en el prototipo: Issuu (Revista digital), Ivoox (Podcast) y redes sociales.
- La distribución de los volúmenes impresos propuesta, en la que se logren distribuir de manera gratuita en sitios específicos, depende de alcanzar una

sostenibilidad mediante la venta de los productos gráficos complementarios y/o el apoyo de algún ente patrocinador. Mientras se logra ello, se promoverá de manera gradual la circulación digital, y la venta de volúmenes individuales.

- La exposición al público en general del proyecto mediante redes será progresiva, por ello existe la posibilidad de que, al momento de la entrega de este trabajo, no se evidencien todos los contenidos expuestos en el punto *6.2.1.2 Diseño de contenido para redes*. A su vez, este iniciará con la red social Instagram, posteriormente se activarán las demás.
- Queda abierta la posibilidad de replantear el formato por uno más reducido para abaratar los costos. De igual modo los materiales

LINKS PARA LA VISUALIZACIÓN DE CONTENIDOS

VERSIONES DIGITALES EN ISSUU

- VOLUMEN 1 <https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/vol1>
- VOLUMEN 2 https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/prueba_2_vol2
- VOLUMEN 3 <https://issuu.com/dondenacenlasfloresproject/docs/vol3>

CANAL DE YOUTUBE

- VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS GRÁFICOS
- EPISODIO 1 https://youtu.be/Sx2i_wrwQuk
- EPISODIO 2 <https://youtu.be/GdfEJHStTQw>

PROTOTIPO PÁGINA WEB

<https://marvelapp.com/prototype/909gd87>

PILOTO DE REDES SOCIALES

- INSTAGRAM <https://www.instagram.com/dondenacenlasflores.pr/>

PILOTOS DE PODCAST

- EPISODIO 1 Las Caleñas son como las flores ¿Qué significa?

<https://go.ivoox.com/rf/55678328>

- EPISODIO 2 ¿Cómo se siente el acoso?

<https://go.ivoox.com/rf/55684520>

- EPISODIO 3 Cualquiera puede ser acosador

<https://go.ivoox.com/rf/55690030>

REFERENTES

- Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual/ The Visual Lenguaje*. Paidós.
- Álvarez, Y. (2019). *5 minutos de fanzines y feminismo con Andrea Galaxina*. Espacio Fundación Telefónica. Recuperado de <https://espacio.fundaciontelefonica.com/noticia/cinco-minutos-de-fanzines-y-feminismo-con-andrea-galaxina/>
- Andrade Ecchio, C. (2019). Narrativa visual producida por mujeres en Latinoamérica: el auto cómic como espacio de cuestionamiento y denuncia. *Universum (Talca)*, 34(2), 17-39. <https://doi.org/10.4067/s0718-23762019000200017>
- Bajo Palabra Philosophical Association, & Kamaji, G. R. (2007). El testimonio: una forma de relato | Bajo Palabra. *Revista Bajo Palabra, n° II*, 111-118.
- Blair Trujillo, Elsa. (2008). Los testimonios o las narrativas de la(s) memoria(s). *Estudios Políticos*, 32, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, (pp. 83–113). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-51672008000100004
- Bruckman, A. (2013). *Hollaback!: The Role of Collective Storytelling Online in a Social Movement Organization*. Recuperado de https://www.academia.edu/2888558/Hollaback_The_Role_of_Collective_Storytelling_Online_in_a_Social_Movement_Organization
- Carrión, F. (2015, 15 noviembre). Un cómic contra el acoso sexual en las estaciones de metro de El Cairo. ELMUNDO. Recuperado de <https://www.elmundo.es/sociedad/2015/11/15/56477065e2704eca578b45d7.html>
- CARVAJAL, S. (2015) *El Piropo Callejero: Acción política y ciudadana*. Ecuador: Poemia Casa Editorial.

- *Casa Matria, un espacio para las mujeres.* (2016). <https://www.cali.gov.co>. https://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/116970/casa_matria_un_espacio_para_las_mujeres/
- Cubides, M. P. (2020, 4 junio). *Acoso callejero - el fanzine chileno que nos habla de un monstruo al acecho.* El Otro Parche. Recuperado de <https://www.elotroparche.com/acoso-callejero-el-fanzine-chileno-que-nos-habla-de-un-monstruo-al-acecho/>
- Eisner, W. (1996). *La Narración gráfica.* Norma. Recuperado de <https://vdocuments.mx/la-narracion-grafica-will-eisner-e-mailpdf.html>
- El Tiempo (2017) *¡Hombres!, aprendan a escribir para que dejen de acosar a las mujeres.* Recuperado de <http://http://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/campana-de-larousse-contra-el-acoso-callejero-118248>
- EL TIEMPO (marzo 4, 2015). *En el Valle están sienten de los municipios más violentos del país.* <Http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15337415> Citado por MEJÍA Tejada, Daniela (2016) *Violencia contra la mujer en la ciudad de Cali: Principales factores de protección y de riesgo p.10*
- Ferroarotti, F. (2011). Las historias de vida como método. *Acta Sociológica*, 1(56), 95. Recuperado de <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484938e.2011.56.29459>
- Fourmont, G. (2010, 1 abril). *Joe Sacco: «Quiero dar voz a los palestinos».* Público. Recuperado de <https://www.publico.es/culturas/joe-sacco-quiero-dar-voz.html>
- García, A. (2014) *El fanzine autobiográfico. “Manías, rarezas y obsesiones”* (Tesis de pregrado). Universitat Politècnica de València. España Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/49943>
- HEBEN, T. 1994. *A Radical Reshaping of the Law: Interpreting and Remediating Street Harassment [Una reforma radical de la ley: interpretando*

y remediando el acoso callejero] Recuperado de
<http://www.stopstreetharassment.org/resources/definitions/>

- Institute of Design at Stanford- d. school faculty (S.F.- 2010) The Bootcamp Bootleg- Design thinking bootleg & An Introducing to Design Thinking Mini Guide (Felipe González, trad.) [Texto en PDF] (obra original S.F.)
- Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Vallejo, E., & Rivarola, M. P. (2013, diciembre). *La violencia invisible: acoso sexual callejero en Lima Metropolitana y Callao* (Número 4).
<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/34946/Cuadernos%20de%20investigación%204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jansen, H. (2012). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 4, 39-72
- La Silueta – Colombia | VIRUS TROPICAL. (s. f.). Recuperado de <https://www.virustropical.com>. <https://www.virustropical.com/edicion-la-silueta/>
- Leyton, J. (2008) Una visión de lo transnacional en la nueva narrativa latinoamericana: el micro relato colombiano, argentino y chileno (Tesis de maestría). Universidad de Chile, Chile.
- *Loco Studio* (2015) illustrated city guide. Winter-spring issue [Recuperado de] <https://www.behance.net/gallery/23097623/Illustrated-city-guide-Winter-spring-issue>
-
- Malachite, A. (2018) El frío que ha de hacer allá arriba [Recuperado de] <https://www.behance.net/gallery/23097623/Illustrated-city-guide-Winter-spring-issue>
- Martin Bella & Hanington Bruce (2012) *Universal Methods of Design* [Métodos universales de diseño] [Texto en PDF]

- Martínez, A. A. (2007, 1 enero). CUERPOS EN PAPEL: LA REPRESENTACIÓN DEL CUERPO JUVENIL EN EL FANZINE | Analco Martínez | Revista Fuentes Humanísticas. *Fuentes Humanísticas*, 19(34). <http://fuenteshumanisticas.azc.uam.mx/index.php/rfh/article/view/308>
- Ministerio de Salud y Protección Social, Dirección de Promoción y Prevención (2016) *Línea de abordaje integral en salud de las violencias de género*. Citado por Encuesta Nacional de Salud, (2015) Tomo II p. 395
- Minotta, M. (2014) *Las caleñas son como las flores ¿y los caleños? Estudio sobre estereotipos de género en dos espacios públicos de la ciudad de Cali*. (Tesis de pregrado). Universidad del Valle, Cali. Recuperado de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/8195/0508811-P-S-15.pdf;jsessionid=7357103E413D8BF7416B6FC28898D373?sequence=1>
- Miranda, N. (2017, 23 junio). *Informe Especial: acoso sexual callejero, ¿un reflejo de una sociedad enferma?* Realidad 360. Recuperado de <https://realidad360.com/informe-especial-acoso-sexual-callejero-un-reflejo-de-una-sociedad-enferma/>
- OCEANO HISTORIAS GRÁFICAS. (s. f.). SOLO ES UN PIROPO. UN LIBRO SOBRE EL ACOSO. Librerías Gandhi. Recuperado de <https://www.gandhi.com.mx/solo-es-un-piropo-un-libro-sobre-el-acoso>
- ONU mujeres. (2019). *Ciudades seguras y espacios públicos seguros para mujeres y niñas Colombia*. Recuperado de zhttps://www.minjusticia.gov.co/Portals/0/Tejiendo_Justicia/Publicaciones/Brochure%20ciudades%20seguras.pdf
- Palencia, M. L. (s. f.). *Metodología de la Investigación* (Vol. 1). UNAD- Universidad Nacional a Distancia. Recuperado de <https://www.docsity.com/es/metodos-de-investigacion-avendano-apuntes-unad-investigacion/255521/>

- PEREZ J. & PEREZ W. (2014) *Representación de mujer en el discurso de la salsa romántica de los años 1985 al 1990* (Tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Cartagena- Bolívar. Recuperado de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/4399/Tesis%20Numerada.pdf;jsessionid=EEDD56F38D0103B42CCA0C46DA4033E4?sequence=1>
- *Planeta de Libros*. (s. f.). <https://www.planetadelibros.com>. Recuperado 8 de julio de 2020, de <https://www.planetadelibros.com/libro-palestina-nueva-edicion/92273>
- Porras, J. (2019, 30 enero). *El Acoso Callejero a las Mujeres en Colombia: ¿Más Penas o Más Educación?* Revista Level. Recuperado de <https://www.revistalevel.com.co/contenido/el-acoso-callejero-a-las-mujeres-en-colombia-mas-penas-o-mas-educacion>
- Profamilia. (2015). *Encuesta Nacional de Demografía y Salud 2015 Tomo II* (N. °978-958-5401-09-9). <https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2019/05/ENDS-2015-TOMO-II.pdf>
- The Guardian (2015). *Comic strips target sexual harassment on Cairo's metro*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/world/2015/oct/28/comics-sexual-harassment-cairo-metro>
- Uribe, L. (2020, 5 marzo). *Acoso callejero: otro temor que atraviesa a las mujeres en Cali*. Publimetro Colombia. Recuperado de <https://www.publimetro.co/co/cali/2020/03/05/acoso-callejero-cali.html>
- VENEGAS, A. (2013). *Acoso sexual callejero: un golpe silencioso Tres miradas sobre esta forma de violencia de género*. (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Recuperado de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/14800/SantamariaVenegasAnaGabriel?sequence=1>

- Yepes, A. U. (2020). *Fanzineras y feministas - Revista Bacánika*. Bacanika.com. Recuperado de <https://www.bacanika.com/seccion-diseno/fanzineras-y-feministas.html>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Hollaback! App, aplicación para contar historias de acoso callejero]. Recuperado de https://play.google.com	12
Figura 2 - sitio web de Hollaback]. Recuperado de https://play.google.com	13
Figura 3 - Campaña de OCAC #NoEsMiCultura Recuperado de https://www.ocac.cl/noesmicultura-latinoamerica-se-une-en-primera-campana-continental-contra-el-acoso-sexual-callejero/	15
Figura 4 - #RespetoCallejero: Por qué necesitamos una ley contra el acoso sexual callejero [Captura de pantalla] Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=u9JOIndoFbl	15
Figura 5. Campaña Larousse México Recuperado de Mi Morelia.com. https://www.mimorelia.com/larousse-lanza-campana-acoso-sexual-la-cdmx/	24
Figura 6 - Cómic ubicado en la estación de metro del Cairo . Recuperado de https://www.theguardian.com/world/2015/oct/28/comics-sexual-harassment-cairo-metro	25
Figura 7 - Detalles del Cómic ubicado en la estación de metro del Cairo . Recuperado de https://www.theguardian.com/world/2015/oct/28/comics-sexual-harassment-cairo-metro	26
Figura 8 - Portada 'Sólo es un Piropo, un libro sobre acoso' Recuperado de sweetdarkworld. blogspot. http://sweetdarkworld.blogspot.com/2017/06/resena-solo-es-un-piropo-un-libro-sobre.html	27
Figura 9 -Páginas internas 'Sólo es un Piropo, un libro sobre acoso' Recuperado de sweetdarkworld. blogspot. http://sweetdarkworld.blogspot.com/2017/06/resena-solo-es-un-piropo-un-libro-sobre.html	28
Figura 10 - Viñetas de 'Virus Tropical' Capítulo 9. Recuperado de http://powerpaola.blogspot.com/2010/11/virus-tropical-capitulo-9-powerpaola.html	29
Figura 11 - Portada de 'Palestina'.....	31
Figura 12 - Portada de 'Acoso Callejero' Recuperado de https://www.elotroparche.com/acoso-callejero-el-fanzine-chileno-que-nos-habla-de-un-monstruo-al-acecho/	32

Figura 13 - Páginas internas de 'Acoso Callejero' Recuperado de https://www.elotroparche.com/acoso-callejero-el-fanzine-chileno-que-nos-habla-de-un-monstruo-al-acecho/	32
Figura 14 -Construcción de la Encuesta Cualitativa	45
Figura 15 -Página de inicio Recopilación de historias en Google Forms.....	46
Figura 16 - Rango de edad.....	47
Figura 17- Número de respuestas totales obtenidas	54
Figura 18- ¿has sufrido de acoso callejero por parte de un hombre?	55
Figura 19- ¿Cuál es tu rango de edad?.....	55
Figura 20- ¿Cuál es tu estrato?.....	56
Figura 21- ¿Qué clases de acoso has experimentado?	56
Figura 22- Si pudieras señalar en un mapa de la ciudad de Cali los lugares donde eres o has sido más propensa a ser acosada, ¿Qué sector, barrio, dirección específica describirías? ¿Cómo es el lugar? ¿Qué actividades se desarrollan en ese espacio?	57
Figura 23- ¿Cuál es tu respuesta ante el acoso?	57
Figura 24- ¿Conoces en la ciudad de Cali algún proyecto que trate el acoso callejero?	58
Figura 25- ¿Dónde viste el proyecto sobre acoso callejero?.....	58
Figura 26- Características del proyecto sobre acoso callejero	59
Figura 27- Recepción de los relatos de acoso callejero (Fragmento de las respuestas).....	59
Figura 28- ¿Qué has hecho para evitar que estas cosas te vuelvan a pasar? (Fragmento respuestas)	60
Figura 29- ¿Qué le harías o dirías a los acosadores?.....	60
Figura 30- Tipos de acoso experimentados	61
Figura 31- Proyectos de acoso vistos previamente.....	63
Figura 32- Estrategias para evitar el acoso	64
Figura 33- Matriz análisis individual de historias	67
Figura 34- Muestra respuestas pre seleccionadas	68
Figura 35 Gráfico 14.7 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento y lugar ENDS 2015 TOMO II (p. 433) [Captura de pantalla] Recuperado de https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2019/05/ENDS-2015-TOMO-II.pdf	73

Figura 36 Cuadro 14.16.1 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento, distribución porcentual de estas por lugar donde sucedió, según características seleccionadas ENDS 2015 TOMO II (p. 435) [Captura de pantalla] Recuperado de https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2019/05/ENDS-2015-TOMO-II.pdf	74
Figura 37 Acercamiento Cuadro 14.16.1 Mujeres que han sido tocadas o manoseadas sin su consentimiento en Cali ENDS 2015 TOMO II (p. 435) [Captura de pantalla] Recuperado de https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2019/05/ENDS-2015-TOMO-II.pdf	75
Figura 38: Tabla 8. Violencia de género por edad, sexo, seguridad social, étnica, Cali, 2015	77
Figura 39 Tabla 9. Violencia de género según características que rodean la violencia Cali, Informe Epidemiológico 2015.....	78
Figura 40 Tabla 8. Violencia de la mujer según análisis de violencia 2016.....	79
Figura 41 Referencias a las mujeres caleñas en la música popular.....	83
Figura 42 Grupo Focal.....	85
Figura 43 Dibujos fase 1.....	86
Figura 44 Resultados fase 3 - ilustraciones de casos de acoso	88
Figura 45 Resultados fase 3 - ilustraciones de acosadores	89
Figura 46 Frases que pondrían en lugares públicos	95
Figura 47 Moodboard construido por las voluntarias.....	97
Figura 48 (izq.) y 49 (der.) Referentes estéticos de unidad gráfica (izq.) Lettering de Jotainspira [Captura de pantalla] https://www.instagram.com/p/BvutlEbhdWj/?igshid=2yefshtaxvaz (der.) Letttering de Ggkkbujo [Captura de pantalla] https://www.instagram.com/p/ByAmCi3hA9y/?igshid=cb38jn7z7skv	105
Figura 50 Referentes estéticos de diversidad gráfica Illustrated city guide. Winter-spring issue [Captura de pantalla] https://www.behance.net/gallery/23097623/illustrated-city-guide-Winter-spring-issue	106
Figura 51 Paleta de color general.....	107
Figura 52- Muestra de comparación de relatos similares	109

Figura 53 Relato #6 en la plataforma de Google Forms.....	110
Figura 54 Referencias Sobre sitios de Cali a ilustrar.....	113
Figura 55-Trabajo de campo en bus Ermita	114
Figura 56- Paleta de color definitiva para la historia 6.....	115
Figura 57 Estudio de flores propias de las calles de la ciudad	116
Figura 58 Referente de aspecto físico.....	117
Figura 59 Referentes gráficos [Captura de pantalla] https://www.behance.net/gallery/23097623/illustrated-city-guide-Winter-spring-issue	118
Figura 60 Boceto composición definitiva	123
Figura 61 Referentes expresiones faciales	124
Figura 62 Referente Uniforme escolar [Captura de pantalla] Aquí web noticias, Recuperado de YouTube (Suspendido el desalojo de 200 estudiantes de un colegio de Cali https://www.youtube.com/watch?v=zmvNyUrE9Ow).....	125
Figuras 63, 64 y 65 Muestras de recursos análogos	126
Figura 66 Boceto 1	129
Figura 67 Boceto 2	129
Figura 68 Boceto 3	129
Figura 69 Boceto 4	130
Figura 70 Boceto 5	130
Figura 71 Boceto 6	130
Figura 72 Boceto 7	131
Figura 73 Proceso personaje página 1	132
Figura 74 Resultado página 1	133
Figura 75 Proceso página 2	134
Figura 76 Resultado página 2	135
Figura 77 Proceso página 3	136
Figura 78 Resultado página 3	137
Figura 79 Proceso página 4	138
Figura 80 Proceso página 4	139
Figura 81 Proceso página 5-6	¡Error! Marcador no definido.
figura 82 Proceso página 7.....	141
Figura 83 Proceso página 8	141
Figura 84 Proceso página 8	142

Figura 85 Capturas diagramación páginas	143
Figura 86 Elementos de diseño	144
Figura 87 Portadas historias.....	145
Figura 88 Búsqueda tipográfica para logotipo	149
Figura 89 Experimentación tipográfica	150
Figura 90 Prueba de opacidad	150
Figura 91 Selección y edición de ilustraciones para portada.....	152
Figura 92 portada Volumen 1	153
Figura 93 Créditos e Introducción.....	154
Figura 94 Contenido	155
Figura 95 Página final.....	155
Figura 96 Contraportada	156
Figura 97 Pruebas de impresión	157
Figura 98 Comparación formato media carta - 15 x 19 cm.....	158
Figura 99 Comparación formato 15 x 19 cm - 13 x 16,4.....	158
Figura 100 Páginas internas Volumen 1 (Sup. Izq.), Volumen 2 (Sup. Der.) y Volumen 3 (abajo)	159
Imagen 101 Páginas internas Volumen 1	159
Figura 102 Prueba de impresión 2	160
Figura 103 Comparación de correcciones Volumen 3.....	161
Figura 104 postales.....	162
Figura 105. Piezas gráficas impresas.....	163
Figura 105 Contenido del proyecto y plan para medios digitales	165
Figura 106 Diagramación Página de inicio	166
Figura 107 Plantilla Diagramación páginas generales.....	167
Figura 108 Diagramación Página Historias	168
Figura 109 Vista página Inicio	169
Figura 110 Vista página Proyecto	169
Figura 111 Diseño página Inicio	170
Figura 112 Diseño página Proyecto	171
Figura 113 Diagramación Página Podcast	172
Figura 114 Diagramación página historias	173
Figura 115 Diagramación Página Relato	174
Figura 116 Diagramación ejemplos visualización en móviles.....	175

Figura 117 Ejemplo publicación Instagram.....	176
Figura 118 Ejemplo portada Facebook.....	177
Figura 119 Captura video promocional 2 de 2.....	177
Figura 120 Captura 2 video promocional 2 de 2.....	178
Figura 121 Episodio 1 de 3 subidos en Ivoox.....	179
Figura 122 Publicaciones subidas en Issuu	180

ANEXOS

ANEXO 1. Cuestionario virtual Google Forms	1
ANEXO 2. Formato de construcción de actividades del grupo focal	4
ANEXO 4. Clasificación 72 respuestas cuestionario virtual Google Forms	6
ANEXO 4.1 Preselección respuestas cuestionario virtual Google Forms	7
ANEXO 4.2 Comparación de relatos similares y selección de respuestas.....	21
ANEXO 5. Transcripción entrevista a Waldor Botero	27
ANEXO 6. Formatos de consentimiento	36
ANEXO 7. Transcripción grupo focal	39
ANEXO 8. Moodboard historias	48
ANEXO 9. Bocetos originales	48
HISTORIA 12	50
HISTORIA 13	53
HISTORIA 15	63
HISTORIA 20	66
HISTORIA 25	71
ANEXO 10. Volumen 1	76
ANEXO 10. Volumen 2	96
ANEXO 10. Volumen 3	116
ANEXO 3. Respuestas individuales del cuestionario virtual Google Forms	140

- Revisar *Anexos*, documento adjunto.
- Se ubica en última posición al anexo 3 dada su extensión, pues consta de 373 páginas.