



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

VIDEO ANIMADO PARA PREVENIR EL ACOSO CALLEJERO QUE SUFREN
LAS MUJERES EN LA CIUDAD DE QUITO

AUTORA

KAROL MISHHELL FERNÁNDEZ OÑATE

AÑO

2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

VIDEO ANIMADO PARA PREVENIR EL ACOSO CALLEJERO QUE SUFREN
LAS MUJERES EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Multimedia y Producción Audiovisual,
Mención en Producción Audiovisual y Animación Interactiva

Profesor Guía

Mg. Carolina Loor Iturralde

Autora

Karol Mishell Fernández Oñate

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, video animado para prevenir el acoso callejero que sufren las mujeres en la ciudad de Quito, a través de reuniones periódicas con la estudiante Karol Mishell Fernández Oñate, en el semestre 2019-20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Carolina Loor Iturralde
Master Universitario en Animación
CI: 1714832571

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, video animado para prevenir el acoso callejero que sufren las mujeres en la ciudad de Quito, de Karol Mishell Fernández Oñate, en el semestre 2019-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajo de Titulación”.

Eliana Margarita Barrios Rhor
Master of Digital Arts
CI: 1803396942

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Karol Mishell Fernández Oñate

CI: 1719734087

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por ser un apoyo incondicional a lo largo de mi carrera profesional, a Paúl, quien me acompañó en todo el proceso y finalmente a quienes hicieron posible la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

Dedicado a las mujeres que alguna vez fueron víctimas de acoso callejero y a aquellas personas que creyeron en mí y me impulsaron a seguir adelante en el ámbito personal y profesional.

RESUMEN

En este último tiempo, la animación en el Ecuador ha ido tomando forma y ha tenido evidencias precisas de casos de producción de animación que han sido reconocidas dentro y fuera del país. Aún el campo está por ser explotado aún más, pero la calidad y el campo de acción está a disposición de los requerimientos de comunicación, como un recurso efectivo que divierte, puede ser muy creativo y ser una fuente de contenidos interesantes para cualquier tipo de audiencia.

Lo que es realmente crucial es que la animación tiene un poder muy fuerte, no solo en comunicar sino también en crear conciencia de problemas sociales como el acoso escolar y la igualdad de género o incluso problemas ambientales como la contaminación por el excesivo uso de plástico en los océanos.

Es así como el presente proyecto se ha desarrollado con el objetivo de informar y provocar un cambio en el comportamiento de hombres y mujeres alrededor de la problemática social del acoso callejero, que se vive en la ciudad de Quito y en muchas ciudades del mundo, previniendo que este continúe siendo parte de la sociedad actual. Es por eso que para el logro del mismo se plantea la realización de una animación 2D, como el medio ideal para conseguirlo.

A través de una investigación a fondo sobre el tema y de las campañas fallidas que se han llevado a cabo previamente se buscó crear una animación que motive a nuevas generaciones a tomar una iniciativa propia en la que el hombre y la mujer sean un conjunto más no la víctima y el victimario o viceversa, siendo esta la idea principal que se ha ido creando a través de diferentes campañas.

Una historia animada que define el lugar de la mujer y del hombre actualmente y la idea de cómo sería el mundo si por un momento estuviéramos en el lugar del otro ha sido la base del cortometraje para comunicar de una forma diferente, transmitiendo un mensaje óptimo al público objetivo escogido.

ABSTRACT

During the last years, animation in Ecuador has been taking shape and there has been rich evidence of animation productions highly recognized locally and internationally. But there is still a long way to go with the extremely fast innovation trend in the world, as an effective resource that entertains, it can be very creative and be a source of interesting content for any type of audience.

What is really crucial is that animation has a strong power not only for communicating but also for raising awareness of social problems such as bullying and gender equality or even environmental issues such as the huge amount of plastic.

This project main goal is to motivate the new generations to take their own initiative about sexual harassment, through an animation that reflects that men and women deserve the same respect. The concept that this animation piece is going to talk about is the mutual consideration. To feel the way the other is feeling.

This animated story defines the roles of women and men today and how it could be in the future if we were able to respect women and men as human beings that complement each other and avoid to behave one against each other.

This story wants to be mindful about the other people situation by making the characters to put themselves on the other's shoes.

This short film to communicate in a different way, transmitting emotions and an optimal message to the target audience.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Antecedentes	2
1.3. Justificación.....	5
CAPÍTULO II	7
2.1. El acoso callejero en la ciudad de Quito	7
2.1.1. ¿Qué es el acoso callejero?.....	7
2.1.2. Origen y causas del acoso callejero.....	8
2.1.3. El acoso callejero: una problemática mundial	12
2.1.4. El acoso callejero en Ecuador	14
2.1.5. Políticas públicas de prevención	16
2.1.6. Consecuencias del acoso callejero	19
2.1.7. Estrategias para enfrentar este tipo de acoso.....	22
2.2. El video animado como medio de denuncia del acoso callejero.....	25
2.2.1. El cine como medio de educación social.....	25
2.2.2. La denuncia social a través de un video animado.....	28
2.2.3. Videos animados en Ecuador	31
2.2.4. Estrategias comunicativas de acoso callejero	32
2.2.5. Discusión acerca del cortometraje animado de denuncia social	36
CAPÍTULO III	39
3.1. Planteamiento del problema	39
3.2. Preguntas	41
3.2.1. Pregunta general.....	41
3.2.2. Preguntas específicas.....	41
3.3. Objetivos	41
3.3.1. Objetivo general	41
3.3.2. Objetivos específicos	42
3.4. Metodología.....	42
3.4.1. Contexto y población.....	42
3.4.2. Tipo de estudio.....	43
3.4.3. Herramientas a utilizar	43
3.4.4. Tipo de análisis	44

CAPÍTULO IV	45
4.1. Resultados preliminares del estudio	45
4.1.1. Resultados de la encuesta	45
4.1.2. Resultados del grupo focal	51
4.1.3. Análisis de resultados	52
4.2. Propuesta comunicacional.....	53
4.1.2. Objetivo	53
4.1.2. Público objetivo	53
4.1.3. Canales	54
4.1.4. Mensaje.....	54
4.3. Preproducción	56
4.3.1. Idea- Concepto.....	56
4.3.2. Sinopsis.....	56
4.3.3. Guión.....	56
4.3.4. Escaleta	58
4.3.5. Guion técnico	59
4.3.6. Storyboard.....	62
4.3.7. Estilo gráfico y paleta de colores.....	67
4.3.8. Diseño de personajes y escenarios.....	71
4.4. Producción	76
4.4.1. Animatic	76
4.4.2. Pintura digital de personajes y escenarios	77
4.4.3. Animación	79
4.5. Postproducción.....	80
4.5.1. Efectos especiales y colorización.....	80
4.5.2. Música y efectos de sonido	81
4.6. Producto final.....	83
CAPÍTULO V	84
5.1. Conclusiones	84
5.2. Recomendaciones	85
REFERENCIAS	86
ANEXOS	95

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

El proyecto a desarrollarse tiene la finalidad de contribuir a la prevención del acoso que sufren las mujeres en las calles de Quito, ya que es un problema que atenta contra la paz, tranquilidad y principalmente dignidad de las mujeres quiteñas. Los diferentes actos de acoso callejero impiden que una mujer se desenvuelva normalmente en los espacios públicos y experimente cambios en sus hábitos diarios.

Así también, a través de la educación y la tecnología, se busca lograr un cambio positivo en los índices de acoso callejero en la sociedad quiteña y ser ejemplo para muchas otras comunidades que sufren del mismo problema en Ecuador. Además, a través de las redes sociales, se quiere difundir un cortometraje 2D que llegue a sensibilizar principalmente a los hombres entre 18 y 25 años, que son mayoritariamente los causantes de la problemática social y en quienes se centra la responsabilidad del continuo crecimiento de acoso callejero en la ciudad. La historia animada será también un medio informativo sobre la problemática y propondrá pautas para un mejor entendimiento entre ambos géneros.

El proyecto se dividirá en cinco capítulos:

El primero, siendo el introductorio, se compone de la presentación del proyecto, los antecedentes (origen del problema), y la justificación (por qué y para qué se realiza el estudio). Dentro del segundo capítulo está el estado de la cuestión, en el que se desarrollará la investigación del tema en general del acoso callejero en la ciudad de Quito y el video animado como un medio para denunciar esta problemática social. El tercer capítulo conlleva el diseño de estudio que describe el público para el cual se enfoca el proyecto y el contexto en el que se elaboró el

estudio, además del problema (descripción del problema en general), las preguntas (conocimientos que se quieren lograr con el estudio), los objetivos (qué es lo que se quiere lograr con la realización del proyecto) y la metodología de estudio. El cuarto capítulo es el desarrollo del proyecto y, finalmente, el quinto capítulo que describe las conclusiones y recomendaciones.

1.2. Antecedentes

El acoso callejero es definido como la inconformidad o molestia de una persona desconocida a otra, a quien se la describe como víctima en una situación específica (Arancibia, *et al.*, 2015), es un problema social del cual sufren casi en su totalidad personas de género femenino en edades que van desde los 14 años en adelante como edad promedio, sin embargo, se presenta muchas veces desde edades más tempranas (nueve o diez años) (Observatorio contra el acoso callejero (OCAC), s.f.).

Dentro del contexto socio cultural latinoamericano, esta actividad es llevada con mayor frecuencia en lugares públicos, por lo que el término acoso ha sido complementado con la palabra “callejero”, para definir el espacio donde se desarrollan este tipo de acciones (Muñoz, 2016).

Al ser un problema arraigado a la diferencia de género, y que está vigente durante varias décadas, diversas organizaciones independientes, así como gubernamentales, han tomado medidas precautelares a través de procesos educativos en edades tempranas o campañas de concientización en públicos definidos, sin embargo, al ser una temática transgeneracional, es necesario que los esfuerzos para eliminar el problema sean mucho más amplios, ya que hasta la actualidad el 91% de mujeres ecuatorianas han sufrido de acoso callejero en algún momento de su vida (Patronato San José, 2017).

Si bien el espacio está definido como cualquier lugar de índole público, en Quito el 81% de las mujeres consideraron haber sido vulneradas en el transporte público, generando un nicho de acción sobre la problemática social, ya que el 70% de la población activa de la ciudad utiliza transporte municipal. Frente a este alto volumen de víctimas, en dos años apenas hubo 400 denuncias, de las cuales el 63% comunicaron que dicha actividad se desarrolló en un entorno donde había personas que presenciaban el acto y nadie tomaba acciones sobre el mismo, lo cual deja un claro índice de naturalidad sobre que estos casos ocurran en la sociedad (Quito refuerza lucha contra acoso, 2017).

A raíz de esto, el problema ha sido delimitado en la capital ecuatoriana frente a una muestra de género femenino que frecuentemente acude a espacios públicos para desarrollar sus actividades cotidianas.

Actualmente, el acoso sexual ha tomado un rol de mucho mayor peso en la sociedad, sin embargo, hasta hace unos años la ley no tomaba con seriedad o ignoraba el problema que continúa teniendo grandes efectos en la vida de una mujer en cuanto a su libertad, su conciencia y su bienestar físico. Para todas ellas es difícil no poder tener ese mínimo derecho de caminar sin recelo por la calle o de subirse a un transporte público (Grant, 1993).

Otro punto muy importante que hay que tomar en cuenta, es la naturalidad con que muchas mujeres toman el acoso callejero. Cuando escuchan un “piropo”, ven un gesto o cualquier acción que irrumpe con su calma o privacidad, no lo denuncian y solo deciden ignorarlo. Incluso las personas alrededor del hecho deciden no hablar permitiendo que el acoso aumente por parte del victimario, lo cual valida la aprobación del acoso por parte del público presente en el hecho. Por tanto, se debe entender que independientemente de la gravedad del caso, gran parte de la sociedad aún no tiene noción de que dichas acciones significan

acoso callejero, llevando a que el nivel de concientización necesario deba ser aún más amplio (¿Piropos en la calle? No, es acoso, 2015).

En la ciudad de Quito existen casos menores donde el acosador usa lenguaje obsceno con la víctima como: “mamacita” o “guapa”. Así como también hay situaciones que suben el grado de intensidad, en las que un hombre toca a la víctima en un lugar indebido o casos mucho más graves en las que el acosador se masturba y termina eyaculando en una parte de la mujer (Las alertas por acoso en el transporte de Quito disminuyen, 2017).

A pesar de los derechos de la mujer a tener privacidad, el acoso se observa usualmente en espacios públicos cuando una mujer pasa por la calle y un hombre lanza comentarios indebidos sobre su cuerpo o su potencia sexual (Rodemann, 2015) infiriendo en su tranquilidad e integridad. Hasta el más mínimo piropo puede causar una ruptura de la esfera alrededor de una mujer invadiendo su bienestar.

Hoy en día, no hay muchos estudios que demuestran la inconformidad o malestar que existe por parte de la mujer acosada, sin embargo, existen varios relatos de casos donde las mujeres que fueron parte del estudio se sintieron incómodas y con cierto malestar cuando se les presentaba dentro de una situación de acoso sexual callejero y resultaba de esto actitudes negativas como: “asco, rabia, miedo, inseguridad, confusión, culpa” (Observatorio contra el acoso callejero (OCAC), s.f.).

Existen también diferentes entidades que buscan impedir que sigan creciendo los altos índices de acoso sexual callejero en diferentes países de Latinoamérica como: Ecuador, Perú, Argentina, Brasil, Nicaragua, México, Estado Unidos, Canadá, Bélgica, Inglaterra, Egipto, entre otros, para promover políticas

públicas, prevenir y reducir el problema actual. Algunas de las entidades y/o campañas creadas son: *El observatorio contra el acoso callejero* en Chile, *Paremos el acoso callejero* en Perú, *Stop Street Harassment* en Estados Unidos y en Ecuador la campaña de *Bájale al acoso* (Arancibia, *et al.*, 2017).

Así, a través de estas instituciones o campañas, se ha visto un incremento en el aseguramiento de derechos y de las oportunidades en las mujeres, sin embargo, aún existe mucho por hacer frente al problema social que todavía existe y se puede prevenir aún más (Arancibia, *et al.*, 2017).

1.3. Justificación

El proyecto promueve el respeto entre hombres y mujeres, ya que mediante el mismo se busca conseguir una convivencia plena en los espacios públicos, donde la mujer pueda desenvolverse sin problema, dando como resultado un comportamiento igualitario de ambos géneros. Por otro lado, se tiene como objetivo que el producto audiovisual sea un ejemplo para detener otros tipos de acoso que las mujeres sufren hoy en día, no solo en las calles sino también en el trabajo o en el hogar.

La importancia de este proyecto radica en la función de informar y comunicar sobre la problemática del acoso callejero y los posibles riesgos para las nuevas generaciones si el problema se sigue suscitando. También juega un rol importante la empatía que se quiere lograr desde los hombres hacia las mujeres y de esta forma conseguir un mejor entendimiento del problema y del cómo se siente una mujer cuando es acosada.

El proyecto podría beneficiar directamente al género femenino que usa el transporte público o camina en las calles de la ciudad, sin embargo, también al género masculino, ya que funcionará como un canal para comprender la forma

correcta de actuar frente a múltiples situaciones. Los hombres jóvenes tomarán conciencia del daño que provoca la problemática social al bienestar de una mujer y podrán darse cuenta de que un “piropo” no es un halago, la manera de entablar una conversación, ni tampoco la forma de conocer a una mujer, sino más bien una falta de respeto a su dignidad. En el caso de que se presente una situación de acoso callejero podrán defender a la misma, así como demostrar que la mujer no es la culpable del hecho sino el acosador que no la sabe. Por otro lado, la mujer también comprenderá que el hombre es hombre y el acosador es acosador, a no juzgar al género masculino, ni tampoco a generalizar los malos tratos de algunos. La intención a través de la animación por lo mismo es conseguir un trato con respeto entre ambos y a su vez lograr un trabajo en conjunto y complementario dentro de la sociedad.

A través de redes sociales como Facebook, WhatsApp, YouTube e Instagram, se busca difundir el video animado en 2D. Las redes sociales hoy en día son un medio para comunicar de mejor manera y así también llegar a más gente, ya que permite segmentar al público de forma más precisa y también tener resultados claros de impacto sobre difusión. Estos medios, al tener un alcance masivo, no solo lograrán beneficiar al público en Quito sino también expandirse y prevenir que el problema continúe sucediendo en otras comunidades del país y del mundo.

El tiempo en el cual se concluirá el proyecto es de ocho meses a un año, ya que amerita una planificación previa. El guión del cortometraje es el pilar más importante, porque si no está correctamente desarrollado, no se entenderá ni tampoco conseguirá sensibilizar al público objetivo. Una vez concluido, se continuará con el diseño de personajes y del entorno en el cual se desenvolverá. Posteriormente, la producción del video y para finalizar la postproducción. Desde la publicación del video en canales digitales, se espera que genere los resultados esperados en un periodo máximo de seis meses.

CAPÍTULO II

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. El acoso callejero en la ciudad de Quito

El acoso callejero es una problemática social y mundial, que ha atentado de múltiples maneras la dignidad y el respeto principalmente de las mujeres, sin permitirles convivir cómodamente en el entorno público, teniendo lugar en las calles y el transporte público. De esta forma, a través de esta investigación se busca contextualizar el acoso sexual callejero, identificar sus orígenes, consecuencias y causas, describir la problemática mundial con un enfoque en Ecuador y analizar tanto las estrategias como las políticas públicas existentes para enfrentar el acoso callejero.

2.1.1. ¿Qué es el acoso callejero?

El acoso sexual según Preventing Sexual Harassment BNA Communications, Inc. se describe como la conducta física o verbal de naturaleza sexual por parte de un individuo a otro, en el que la víctima presenta rechazo, creando un ambiente hostil u ofensivo. Este comportamiento no es involuntario de parte del acosador (como citó el Equal Employment Opportunity Commission (EEOC), 1992). Para entender la diferencia puntual entre acoso sexual y acoso sexual callejero, es necesario definir a esta última como toda actividad “con connotación sexual explícita o implícita, que proviene de un desconocido, que posee carácter unidireccional, que ocurre en espacios públicos y tiene el potencial de provocar malestar en el/la acosado/a. En otras palabras, se incluyen todas las prácticas que:

- “Tiene una referencia sexual, por lo que hace alusión a partes, comportamientos o imaginarios sexuales.
- Se realiza únicamente por parte de un emisor, por lo que la víctima no da una respuesta de retroalimentación positiva.

- El espacio está centralizado a lugares públicos, donde no están definidas reglas de comportamiento y responsabilidad.
- El receptor, o víctima como es definida la segunda persona dentro de los diferentes casos de estudio, genera un malestar individual e impotencia” (Arancibia, *et al.*, 2015, p.12).

Por otro lado, según la organización Stop Street Harassment (2015) el acoso callejero se define como los comentarios y acciones forzadas sin la aprobación de un extraño a otro en un lugar público. Este comportamiento por parte del acosador está basado en el género y se da debido a su expresión de género, orientación sexual o sexo. Dentro del acoso callejero se encuentran acciones o palabras indeseadas como: miradas lascivas, silbidos, palabras con intención sexual, difamaciones transfobias, solicitudes insistentes del nombre, número de teléfono o lugar a donde se dirigen después de haberse negado a responder, seguimiento, manoseo, masturbación, agresión sexual y violación.

2.1.2. Origen y causas del acoso callejero

Origen del acoso callejero

No se sabe ciertamente cuándo nace el acoso en las calles, sin embargo, se lo puede atribuir a ciertas construcciones sociales de la mujer a través del tiempo. Por un lado, el hombre es visto como superior y se posiciona valientemente en comparación de la mujer, quien es subestimada y toma el lugar del ser sumiso, vencido o inferior (Arancibia, *et al.*, 2015), por otro lado, el pensamiento de los hombres según Simone de Beauvoir (1949) dice:

El hombre declara, por ejemplo, que no encuentra a su mujer en nada disminuida porque carezca de un oficio: los quehaceres del hogar son tan nobles, etc. No obstante, en la primera disputa, exclama: «¡Sin mí, serías incapaz de ganarte la vida!». (p.10)

La discriminación del hombre frente a la mujer en objeto de procreación y placer surge a partir del apareamiento de las clases sociales, es así como cada género fue asumiendo diferentes comportamientos en los que la mujer ha sido subestimada frente al género masculino, considerándolo dominante, mientras que el género femenino ha sido desvalorizado en sus tareas y trabajo dentro la sociedad (Herrera, 2000).

Los hombres que desarrollan hábitos de acoso callejero, como se pensaría comúnmente, no están ligados únicamente a personas que desarrollan actividades profesionales que involucran en mayor forma actividades físicas o al aire libre, ya que este suceso no distingue religión, clases social, estatus económico o color de la piel (Grant, 1993).

Causas del acoso callejero

Por otro lado, el hombre actual es consciente de que una mujer puede ser tratada de la misma forma en ciertas actividades, sin embargo, en otras son muy distintos y hace notar la jerarquía que se presenta entre ambos.

De ahí, gracias a las diferencias biológicas entre hombre y mujer nace lo que se denomina violencia simbólica que es un tipo de violencia que “entrega esquemas de comportamiento diferenciados para mujeres y hombres” (Arancibia, *et al.*, 2015, p.7), es así como se puede distinguir ejemplos en que las niñas deben vestir con vestidos, faldas, cerrar las piernas cuando se sienta, usar “colores femeninos”, etc. Mientras que a los hombres se les permite salir solos, beber, fumar, abrir las piernas cuando se sientan, entre otras. Las mujeres deben ser quienes se comporten con delicadeza.

Científicamente el hombre tiende a ser más visual, por lo que una cara desconocida muchas veces le puede ser más atrayente que la de su misma pareja (Escamilla, 2017). La testosterona, hormona producida en los testículos de los hombres con el fin de producir espermatozoides y glóbulos blancos, mantener los huesos saludables y controlar el deseo sexual (Cuidateplus, s.f.) ,

es una hormona que, según los estudios de la Universidad de Columbia, provoca un cambio en cuanto a la parte que controla los impulsos cerebrales, es por eso que los hombres tienden a actuar de manera diferente al momento de tener al frente a una mujer que les llama la atención o les cautiva.

Además, los hombres tienen su zona de indagación sexual 2,5 veces mayor que la del género femenino, causando que su deseo esté mayormente en actividad (Escamilla, 2017).

Según los datos encontrados se puede decir que las diferencias sexuales entre ambos géneros se presentan debido a la organización de su cerebro, la cual difiere entre ambos, esta afirmación, aunque no es totalmente concluyente da por seguro que los factores biológicos son muy importantes cognitivamente entre hombres y mujeres (Gil-Verona, *et al.*, 2002).

Las mujeres que son objeto de esta actividad son vulneradas a partir de que sus cuerpos empiezan a desarrollarse, y únicamente pueden salir de este círculo cuando alcanzan la tercera edad. A través del tiempo la construcción de sexo y género han variado según la época debido a diferentes ámbitos como el religioso, ideológico y cultural. Es así como al nacer se muestra evidentemente el sexo del ser humano, siendo así relacionado a los genitales con el papel que desarrollan en cuanto a la procreación, sin embargo, ninguna cultura ha considerado ciertamente que estas diferencias no son excusa para la separación de ambos géneros en la sociedad (Iglesias, 2003).

Para una joven se puede decir que el acoso sexual callejero es una de las primeras experiencias que tiene al ser considerada un objeto sexual (Grant, 1993). Para entender mejor las razones la investigación del *European Journal of Social Psychology* afirma que el cerebro distingue al hombre como un todo, mientras que, el cerebro de la mujer procesa por partes, esto con el motivo de explicar cómo tanto hombres como mujeres perciben al género femenino como objetos sexuales. Los hombres las observan muchas veces con el objetivo de

buscar una pareja, mientras que las mujeres lo hacen con el fin de compararse unas con otras (Las mujeres como objetos sexuales, ¿Por qué las vemos así?, 2012).

Las distinciones entre el físico masculino y femenino son aquellas que le dan valor y significaciones a cada uno de ellos y se los describe como dos esencias sociales jerarquizadas, que a lo largo del tiempo se han convertido en una construcción social. De esta forma la fuerza masculina sería la dominante que es en sí misma una “construcción social naturalizada” (Bourdieu, 2000). Por lo tanto, gracias a las diferencias corporales que existen entre hombre y mujer se han ido construyendo muchas de las diferencias que hasta hoy en día se ven en las calles.

De la mano se encuentra el machismo, que en diferentes países juega todavía un rol importante dentro de la sociedad en lo social, económico y psicológico. El machismo enfrenta a ambos géneros de forma estricta, ineficiente y limitante, y a pesar de que parece ya ser obsoleto regresa y se presenta en diferentes situaciones por parte de hombres y mujeres (Castañeda, 2007).

Ahora bien, la educación es el pilar fundamental del crecimiento de un niño, es por eso que ciertas causas que pueden convertir a un hombre en un acosador son la falta de sus padres al momento de educarlo, de forjar un comportamiento adecuado y correcto frente a la sociedad, pudieron haber sido indiferentes con él o haberle enseñado que la solución es la violencia o el maltrato. Este tipo de tratos influyen en el crecimiento del niño, de forma que no es consciente que los malos tratos tanto físicos como verbales representan diferentes tipos de acoso y pueden llegar a aceptar este tipo de actitudes o comportamientos como normales. En el caso de acoso callejero se puede decir que de alguna forma puede existir influencia o ejemplo de cómo el niño ve en su padre cuando no trata bien a su mamá, a su hermana e incluso las diferencias de género que existen son muy claras entre ambos sexos (El acoso: algunas de sus causas y consecuencias, 2003).

La educación o formación que reciben en la escuela y/o en el colegio los niños es muy relevante a lo largo de su vida. Las instituciones educativas tienen como propósito formar en valores, administrar un ambiente seguro donde los estudiantes pueden desarrollarse y forjar una alta autoestima o confianza en los mismos. Es relevante mencionar que las instituciones educativas están encargadas de crear un entorno inclusivo para la mujer en todos los aspectos, siendo así el catalizador del cambio o prevención de actos de acoso o violencia a futuro (Cuenca, 2013).

Dentro de las instituciones educativas es también donde los niños empiezan a formar relaciones personales y confrontar las diferentes situaciones según la educación que han recibido en el hogar y que se ha fortalecido o debilitado en la escuela. El respeto y aceptación de los derechos de las niñas van de la mano y eso podría tener influencia en los amigos con quien estén reflejándose con acciones o palabras hacia ellas. Hoy en día es más difícil educar debido al poder de las redes sociales si los niños y adolescentes ven en ellas amenazas, intimidaciones o críticas a los y las jóvenes. Este tipo de acoso actualmente está denominado como ciberacoso o acoso cibernético (Michelle, 2012) y que de una u otra forma puede ser un instrumento para llevarlo a espacios públicos de igual o peor forma que en las redes. Ambos pueden tener graves consecuencias en las víctimas (Papaleo, 2017).

2.1.3. El acoso callejero: una problemática mundial

En los años 80 se identificó este fenómeno como sexista y también un medio para desempoderar a las mujeres, además en la década de los 90 se alertó al acoso callejero como un fenómeno que contraviene los derechos de las personas de poder movilizarse en lugares públicos a ciertas horas con tranquilidad y sin problema (Nielsen, 2000).

El acoso callejero se caracteriza por la violación de derechos como la libertad y seguridad de una persona. Esta problemática tiene un efecto negativo en ambos géneros, principalmente en las mujeres, siendo afectados mayormente las personas homosexuales, bisexuales o transgénero más que las personas de color o de bajos ingresos.

Hace no muchos años, diferentes movimientos sociales alrededor del mundo han promovido la realización de estudios que demuestren la prevalencia del acoso callejero y sus consecuencias en la sociedad actual. Algunos países han creado diferentes organizaciones de sociedad civil que luchan contra el acoso callejero como: *The Street Harassment* y *Stop Street Harassment* en Estados Unidos, el Observatorio Contra el Acoso Callejero en Chile y *Paremos el Acoso Sexual Callejero* en Perú (Lampert, 2016).

Stop Street Harassment

Se fundó en el año 2010 en Estados Unidos, más de 41 países y 21 estados son parte de la organización. *Stop Street Harassment* tiene como objetivo la participación del sistema legal, así como sensibilizar y educar a las personas sobre esta problemática (Lampert, 2016).

The Street Harassment Project

Grupo activista de Nueva York, igualmente fundado en Estados Unidos. Este grupo tiene como pilar fundamental la universalidad del acoso callejero hacia la mujer en espacios públicos (Lampert, 2016).

Paremos el Acoso Sexual Callejero

Proyecto creado por la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP), esta organización busca que el acoso callejero sea visto como un problema social grave de la actualidad, este es desarrollado principalmente en redes sociales, donde se difunden mayormente sus impactos en las mujeres (Lampert, 2016).

Observatorio contra el acoso callejero

Esta organización nace en Chile debido a la demanda de muchas mujeres por la pasividad en los lugares públicos, la seguridad y sin acosadores que agredan a la mujer física y psicológicamente (Lampert, 2016).

Gracias a los estudios realizados a nivel mundial en: Estados Unidos, Alemania, Líbano, Taiwán, Australia, Paquistán, Malasia, Colombia, Uruguay, Irán, Chile, entre otros, se ha afirmado que el acoso callejero es de problemática mundial y se ha presentado principalmente en países latinoamericanos. Ciertos estudios a nivel internacional han mostrado como la problemática se presenta en diferentes países como: Chile, donde el 90 % de mujeres han experimentado este tipo de acoso. Un 40 % de las víctimas han sido acosadas diariamente y más del 77% ha experimentado este fenómeno al menos una vez por semana. Además, un 97% de los casos lo ha efectuado un hombre en espacios públicos siendo así todas las veces un extraño o desconocido. Por otro lado, en Estados Unidos el 65% de mujeres y el 25 % de hombres afirmaron haber sido víctimas de acoso callejero (Lampert, 2016).

Los países que han desarrollado marcos legales para prevenir y luchar en contra de esta problemática son: Bélgica (2014) y Perú (2015) (Lampert, 2016).

2.1.4. El acoso callejero en Ecuador

En el año 2011 el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos presentó cifras alarmantes donde seis de cada 10 mujeres habían experimentado violencia de género de alguna manera, así se aumenta la cifra de 10.000 casos, en los cuales existía delitos de índole sexual, siendo solo 300 sentenciados (Campos, 2018).

A pesar de existir en el Código Orgánico Integral Penal (COIP), artículo 166, una ley que penaliza el acoso sexual, esta no garantiza que se tomen en serio las denuncias de las víctimas, ya que la mayoría se da verbalmente y no físicamente, complicando así que se efectúe una sanción debido a la falta de pruebas de

acoso (Campos, 2018). Las sanciones para el acosador de una persona menor de edad o discapacitado son de privación de la libertad de tres a cinco años, mientras que para las personas que pidan favores sexuales y que atenten la integridad sexual de una a otra persona, la sanción será de seis meses a dos años (Bolaños, 2017).

Por otro lado, en la Constitución, art. 66, del año 2008 se describen los derechos de la libertad y la integridad personal incluyendo así una vida libre de violencia en el ámbito público y privado, y así la obligación de tomar medidas para la eliminación, prevención y sanción de toda forma de violencia (Campos, 2018).

En Ecuador se han efectuado diferentes acciones, como políticas públicas para ponerle frente al acoso callejero, dentro de estas está la campaña en la ciudad de Quito “yo cambio por ellas” en mayo de 2015, con la que se intentó sensibilizar a los usuarios del transporte público sobre las actitudes o comportamientos del acosador ante la mujer. Esta campaña tuvo como objetivo reducir el miedo de las mujeres de ser acosadas dentro del transporte público. A finales del 2014 hasta fin de agosto de 2015 se crearon unas cabinas con el nombre de “Cuéntame”, con las cuales se recibieron 274 denuncias, entre las cuales dos fueron llevadas al medio legal, en las cuales se privó de libertad a los acosadores. En otras ciudades como Guayaquil se buscó crear un proyecto por parte del Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer (CEPAM) para que se utilicen buses de color rosado de utilización exclusiva de mujeres (Zambrano, 2015).

En marzo de 2015 se presentó el primer caso en el que una niña de 11 años fue obligada por su agresor a tocarle sus partes íntimas, con el que por primera vez la Fiscalía General del Estado sancionó al acoso callejero como delito de abuso sexual en el medio de transporte en Quito (Morales, 2016).

Actualmente en Quito, hay una campaña vigente de concientización llamada “Bájale al acoso”, la cual nació debido al alto número de casos de acoso callejero

en la ciudad. La misma consiste en enviar un mensaje de texto con la palabra ACOSO y el número de la unidad de transporte al 6367, con el fin de alertar a la policía y que el acosador sea detenido en la próxima parada de la unidad. El victimario es arrestado y es procesado siempre y cuando exista una denuncia por parte de la víctima. Hay que tener en cuenta que esta campaña es dirigida al transporte público solamente y solo se puede hacer una denuncia formal en el caso de existir contacto físico, no por palabras o gestos inapropiados. El 70% de quejas en el sistema fue por contacto físico inapropiado. Es necesario tener en cuenta que la campaña está enfocada en reprimir al victimario, sin embargo, no posee un parámetro de concientización para que el género masculino evite este tipo de actividades por respeto a su contraparte (Las alertas por acoso en el transporte de Quito disminuyen, 2017).

2.1.5. Políticas públicas de prevención

A través de políticas públicas en diferentes países se ha buscado disminuir los índices de acoso callejero. Algunas de estas han priorizado esta problemática en el marco internacional de derechos humanos, entre los cuales están:

La conferencia mundial sobre derechos humanos de Viena (1993), conferencia que tuvo como objetivo en el punto 38 la exclusión de la violencia a la mujer tanto en su vida privada como pública y todo tipo de acoso sexual y la erradicación de los problemas entre los efectos que puedan dañar las tradiciones o costumbres y los derechos del género femenino, de prejuicios culturales (Lampert, 2016).

CEDAW - Convención sobre la erradicación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979), en el artículo 3 describe todas las acciones para certificar el desarrollo de la mujer para la garantía de sus derechos y sus libertades en cuanto a igualdad frente al hombre (Lampert, 2016)

Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia, contra la Mujer (Belem Do Pará, 1994), dentro del cual describe en el art. 3 que toda mujer tiene derecho a una vida sin violencia, en el ámbito público y privado. Esto significa que la mujer debe ser respetada tanto en su lado físico como psicológico y moral, su libertad y su seguridad (Lampert, 2016).

Por otro lado, existen también políticas públicas, como fue el caso de Mendoza - Argentina, donde se propuso un proyecto de ley por Claudia Najul en el año 2016 como medio de prevención del acoso callejero sancionando a la persona que haya cometido algún acto que implique acoso en las calles o espacios públicos. Esta propuesta tuvo la intención también de llevar a cabo una campaña que concientice a las personas sobre el acoso y que sea tomado como parte de la violencia de género en el país. Esta ley trató de aumentar un artículo en el Código de Faltas de Mendoza (Tiene Media sanción una ley para prevenir y castigar el acoso callejero, 2016).

Ecuador formó parte de las convenciones CEDAW y Belem do Pará de las que se habló anteriormente y que defienden los derechos de la mujer. Según el artículo 70 de la Constitución de la República del Ecuador, en el país se busca un desarrollo material y formal para lograr la igualdad entre hombres y mujeres, dentro de la cual ordena legalmente en sus políticas públicas un compromiso a favor de los derechos humanos, implementando lo mencionado por ambas convenciones. Asimismo, se aprobó la Ley orgánica para Prevenir y Erradicar la violencia de género contra las mujeres por la Asamblea Nacional constituyente en enero de 2018, dentro de esta se priorizaron cuatro ejes importantes: “prevención, atención, protección y reparación” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador (MREMH), 2018, p. 9).

La Ley orgánica para la prevención y erradicación de la violencia de género contra las mujeres tiene como fin prevenir y eliminar la violencia de género contra las mujeres en el entorno público y privado a lo largo de su vida, principalmente

en situaciones en las que la mujer sea vulnerable. Una parte primordial de la ley es la reeducación del agresor que haya sido violento contra la mujer para asegurar que las personas no estén nuevamente expuestas a casos de violencia y así sean libres de ejercer sus derechos. Otro objetivo de la ley es cambiar los estereotipos y acciones socio - culturales que normalizan, desarrollan y mantienen la violencia de género actualmente.

Los sujetos protegidos en la ley mencionada son todas las mujeres de cualquier nacionalidad dentro del país, sea niña, adolescente, joven, adulta, y adulta mayor, así como las mujeres de diferente orientación e identidad sexual. Sin importar la esfera social o económica, religión, discapacidad, estado de salud o mental, etnia o cultura, etc. Haciéndole frente a la violencia contra la mujer en la ley se describen diferentes tipos de violencia que atentan la integridad y dignidad de la mujer como: la violencia física, psicológica, sexual, simbólica, económica y patrimonial.

De esta forma, en el art. 11 se describen los diferentes ámbitos donde se puede efectuar la violencia de género, siendo uno de los apartados aquel que se da en un espacio público o callejero. Según la Ley Orgánica e Integral para la Prevención y Erradicación de la Violencia de Género contra las mujeres (2018) esta es:

Aquella acción física o verbal, de naturaleza o connotación sexual, no consentida que personas desconocidas dirigen hacia las mujeres en lugares o espacios públicos o privados de acceso público, que tienen como efecto humillar, intimidar, infundir miedo o afectar sus derechos al libre tránsito, a la seguridad y a la dignidad de los sujetos de protección de esta Ley. Consisten, entre otros, en actos de naturaleza sexual, verbal o gestual, comentarios o insinuaciones de carácter sexual, gestos obscenos, contacto corporal, roces corporales, captación de material audiovisual, abordaje, persecución, masturbación y exhibicionismo. (p.11)

Dentro de las políticas públicas en Ecuador, las mujeres tienen derecho a una vida libre de violencia tanto en el ámbito privado como público, al respeto de su integridad, dignidad, intimidad, y autonomía.

2.1.6. Consecuencias del acoso callejero

La problemática social afecta psico-socialmente al género femenino y se presenta de distintas formas en el ambiente donde se desenvuelven. El acoso callejero se caracteriza por ser unidireccional y se da generalmente entre dos desconocidos (hombre y mujer). Este lleva consigo efectos negativos que provocan incomodidad, inconformidad y molestia tanto individualmente como socialmente (Billi, Arancibia, Guerrero y Torrealba, 2015). Se debe considerar que la percepción de la persona acosada tiene gran relevancia ya que son las mujeres las principales testigos de la normalización del problema social del acoso callejero (Vásquez, 2017).

Los diferentes casos de acoso callejero son razones para enfrentar el acoso callejero con mayor fuerza y sin minimizarlo, como se ha hecho con muchos de los casos ya existentes hasta hoy en día. De esta forma, algunos de los efectos producidos por el acoso callejero y que van de la mano con la naturalización de la problemática son (Contreras, 2015):

- Las mujeres no hacen valer sus derechos de movilizarse en las calles libremente, lo que significa que no muestran alguna acción en defensa propia, debido a la naturalización constante del acoso callejero.
- Existe inseguridad por parte del género femenino, lo que provoca que haya también inseguridad por parte de la urbe.
- Repudio hacia los hombres, formen o no parte de los acosadores. Esto debido a la desconfianza o miedo que muchas mujeres presentan si alguna vez han sido acosadas en las calles o el transporte público, y mucho más si fue un caso grave de acoso sexual callejero.
- Fraccionamiento de ambos géneros dentro de la comunidad.

- Toman fuerza la discriminación y el papel de los estereotipos de género.
- Existe una interacción desfavorable que impide una buena relación entre ambos géneros.

Por otro lado, las víctimas de acoso callejero tienen también efectos en su vida diaria y personal, provocando cambios en sus hábitos y actitudes frente al género masculino.

El acoso callejero provoca respuestas emocionales que van desde una molestia moderada hasta un intenso terror, y es así como va de la mano con la intromisión en la privacidad de la víctima hasta el miedo a una violación, sin embargo, muchas de ellas admiten que no se puede saber a ciencia cierta quién puede ser un acosador o un violador (Grant, 1993).

Los violadores a menudo acosan a mujeres en las calles y violan su espacio personal para determinar qué mujeres pueden ser un fácil objeto de violación, a esto se le llama “prueba de violación”.

Es así que no se ha visto alguna actitud positiva de la víctima y, aunque no haya una inconformidad, no se muestran tampoco indicios de querer relacionarse más allá con el victimario por parte de las mujeres. Para ejemplificar ciertos cambios de comportamiento en el género femenino frente al acoso callejero están: la cohibición de salir a ciertas horas, cambio en sus horarios de estudio, no salir hasta muy tarde, caminar con mucha prisa, entre otras.

Por otro lado, las mujeres víctimas de acoso responden a los estímulos del mismo con reacciones fisiológicas o psicológicas como alejarse de la víctima o cambiar de posición. De esta forma se puede concluir que mientras mayor es la exposición de la víctima a acoso sexual callejero, mayor cantidad de emociones negativas causa en la mujer (Arancibia, *et al.*, 2015).

En febrero de 2014 el Observatorio Contra el Acoso Callejero en Chile llevó a cabo una encuesta a 3.234 personas entre 10 y 64 años en todo el país, en la que se investigó acerca del tipo de acoso que han recibido en las calles, la reacción del agresor cuando se le contesta, experiencia traumática de acoso callejero y lo que sintió la víctima que pasó por esto. El 60 % de encuestados respondió que sintieron asco al haber sido acosadas en el espacio público, rabia el 53%, miedo también el 53% e inseguridad el 35%. Como consecuencia las víctimas decidieron tomar otra ruta para ir a su destino o intentaron caminar acompañadas. En la Figura 1 se puede observar los diversos resultados en cuanto a emociones que provocó el agresor en la víctima de acoso callejero.

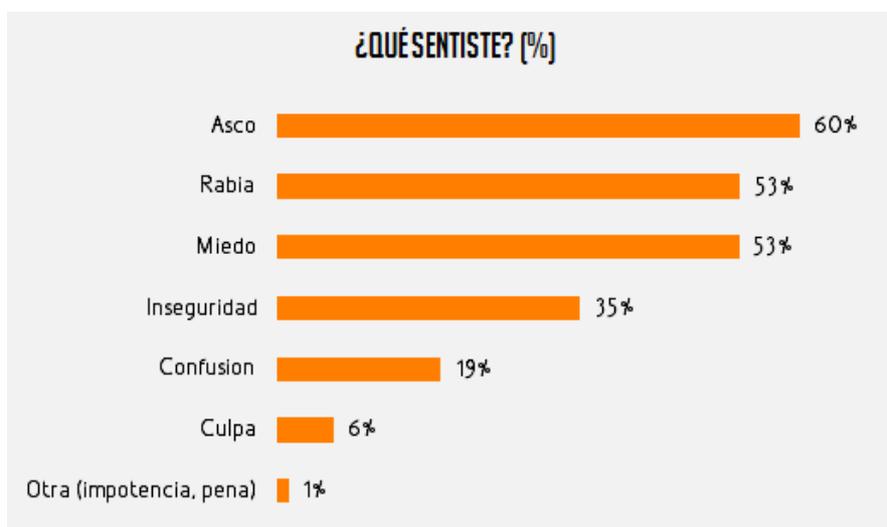


Figura 1. Resultado de una encuesta. ¿qué siente la víctima cuando es acosada en el espacio público? (2014). Tomado del (Observatorio Contra el Acoso Callejero de Chile).

Una cantidad representativa de mujeres víctimas de acoso sexual callejero han desarrollado “traumas marcados” y muchas de ellas evitan salir solas a altas horas de la noche e incluso pueden llegar a cambiar sus horarios de estudio por “miedo” a ser acosada una vez más. Otro ejemplo se puede ver en la vestimenta que muchas mujeres evitan usar por temor a esta problemática como faldas o blusas muy escotadas, aunque no se puede decir que es la solución ya que incluso el acoso se presenta cuando la víctima usa ropa abrigada o que no

muestre mucho su piel (La lucha contra el acoso sexual marcha sobre ruedas en Ecuador, 2018).

La naturalidad que para muchas personas tiene el acoso sexual callejero se ve reforzado por la oposición que viven las víctimas en el medio actualmente con la excusa de que un piropo es un halago o una forma de empezar a interactuar. Dando lugar a que no se identifiquen fácilmente las consecuencias que la problemática social causa. Además, que se justifica siendo el cuerpo de la mujer motivo de cosificación (Vásquez, 2017).

2.1.7. Estrategias para enfrentar este tipo de acoso

Ante los diferentes casos de acoso callejero en América Latina se requiere la implementación de leyes, donde se castigue al agresor y se proteja a las mujeres, previniendo y evitando que los índices de acoso callejero sigan creciendo.

Frente a esta problemática diferentes países han buscado llevar a cabo ciertas leyes o programas que produzcan un cambio cultural a largo plazo en la sociedad:

Debido a que el 97% de mujeres han experimentado acoso sexual callejero alguna vez en su vida, el gobierno de Argentina decidió penar el acoso callejero tanto físico como psicológico con 60 dólares de multa o hasta 10 días de trabajo para la comunidad. Esto a los casos donde existan: palabras sexuales directas o indirectas a la víctima, masturbación o exhibicionismo, fotos o videos de la mujer sin su permiso, contacto físico, entre otros resultados (Muñoz, 2016).

Perú también es otro país que ha decidido multar este tipo de contravención, siendo ya una ley aprobada por el congreso. En distintas ciudades se ha afirmado que se van a cobrar sanciones entre 57 y 220 dólares a los acosadores que cometan distintos tipos de acoso verbal y físico. La campaña *Sílbale a tu*

madre también ha ayudado a motivar la denuncia de esta problemática y se viralizó en todo el mundo (Muñoz, 2016).

Colombia es otro país que debido a la violencia de género ha decidido actuar. En el departamento de Cauca, el gobierno de la ciudad de Timbio decidió prohibir todo tipo de piropo, esto debido a que el 90% de las mujeres había sido acosada en las calles. Se instalaron diferentes pancartas y vallas en lugares públicos donde transitan bastantes personas, principalmente mujeres (Muñoz, 2016).

En México y Brasil se buscó instaurar vagones donde solo suban mujeres en el transporte público. Se denominó “Viajemos seguras” al programa que quería evitar que hombres y mujeres compartan el mismo espacio en el transporte, después de que se hayan dado bastantes casos de tocamientos hacia la mujer. Este sistema no ha funcionado del todo debido al control de la policía en las horas establecidas y en las estaciones correctas. Han existido alrededor de 300 denuncias, pero muchas de las mujeres no han formalizado la denuncia en contra del acosador. También Río de Janeiro buscó entre 1995 y 1997 implementar un programa similar, pero existieron diferentes quejas de usuarios como parejas o matrimonios. Finalmente, en Colombia durante dos años se instauró un programa similar en el Transmilenio de la ciudad de Bogotá que dejó de funcionar, ya que no presentó los mejores resultados (Muñoz, 2016).

El Observatorio Contra el Acoso Callejero dirigió un ejercicio para promover la defensa de la mujer frente a situaciones de acoso en las calles. Este taller se denominó Maleta de Herramientas, el cual fue un evento que duró dos días con el que se buscó enseñar cómo lidiar con acoso callejero y cómo reaccionar a las palabras ofensivas y el contacto físico sin consentimiento. Del taller fueron parte algunas mujeres, las mismas recibieron una maleta con diferentes herramientas, como una infografía de lo que es el acoso callejero, cómo identificarlo y cómo actuar frente a él, las mujeres vendadas debían caminar por la sala mientras escuchaban frases ofensivas como: ¡Qué buen culo! o ¿quieres que chinguemos?. Todas sin excepción se sintieron mal, y tuvieron sentimientos similares, al final del taller se enseñó a las mujeres de alguna forma cómo

enfrentar el acoso callejero y se aconsejó: actuar con cabeza fría, responder sin palabras como miradas o gestos, ser firme, utilizar armas como las llaves de la casa para golpearlo y darle tiempo de huir a la víctima, entre otros (Consejos para aprender a defenderse del acoso callejero, 2016).

En Ecuador a través de los años se han presentado diferentes tipos de campañas. En marzo de 2011 se realizó la campaña *Quiero andar tranquila, Calles sin acoso* en la que se buscó crear conciencia en los ciudadanos de que el acoso en los espacios públicos no es natural y así lograr un empoderamiento en la mujer para decir no, siendo también apoyadas por los hombres. Por otro lado, en noviembre de 2011 se llevó a cabo la campaña *Cartas de mujeres*, que se originó con la intención de escuchar a las mujeres y de identificar la realidad que las mujeres pasaban día a día, esta tuvo lugar en la plaza San Francisco de Quito. Por último, la campaña *No más cruces rosadas* que fue desarrollada por Carla Cevallos, concejala de Quito en ese entonces y presidenta de la Comisión de Género, Equidad y Justicia. Esta se creó con el fin de sensibilizar a la ciudadanía de la violencia de género direccionado principalmente hacia el femicidio (Villagómez, 2015).

El Observatorio Nacional sobre delincuencia en Ecuador ha registrado datos sistematizados sobre acoso callejero en todo el país. De la misma forma en Quito existe una ordenanza por el Municipio contra el acoso callejero. Algunas de las iniciativas que se han realizado para luchar contra la problemática están: el rediseño y reconstrucción de las paradas de buses con el fin de aguar la seguridad de las quiteñas, así también se designaron cabinas en las estaciones de transporte para ayuda de las víctimas de violencia. Actualmente se encuentra aún vigente la campaña de *Bájale al acoso*, que consiste en una aplicación que a través de un mensaje de texto se puede denunciar y hacerle parte al sistema judicial. Esta iniciativa según el periódico el Quiteño ayuda a los usuarios y se acerca a sus necesidades al dar a conocer los casos de acoso callejero a las autoridades, sin embargo, hasta diciembre de 2017 fueron registrados más de 1000 situaciones de acoso, pero solo seis fueron condenadas. Para la

prevención del acoso en el país además se han realizado campañas de sensibilización en escuelas y colegios (Tipificación del acoso callejero como delito, 2018).

2.2. El video animado como medio de denuncia del acoso callejero

Siendo la animación un recurso utilizado como medio de denuncia social, muestra de una realidad latente, un medio educativo, de diversión y entretenimiento se busca comunicar un mensaje que denuncie el acoso callejero y se prevenga la problemática social en la ciudad de Quito. Así, cumplir el objetivo no solo de sensibilizar, sino de informar de una forma entretenida, que llame la atención del espectador y que el mismo capte de mejor forma el mensaje que se quiere transmitir.

2.2.1. El cine como medio de educación social

Al hablar de educación social es necesario comprender que este término trasciende a las esferas de educación tradicionales, usualmente comprendidas dentro de entidades público o privadas, que imparten conocimientos a través de procesos formales de enseñanza – aprendizaje arraigados a la lectura y escritura. Es por esto que, la visión de la educación como una etapa de las personas donde hay un vínculo con instituciones ha sido relegada, logrando que la sociedad gracias a la nueva era la información, entre en un proceso de aprendizaje constante, donde la educación social sea permanente y responda continuamente a la demanda de las naciones por prosperar y solucionar sus diferentes problemas (Pereira, 2005). Es así, que “la educación social se manifiesta como el enfoque actualmente imprescindible a fin de que la educación responda a amplias necesidades que plantean nuestras sociedades” (Pereira, 2005, p. 206).

Con la aparición de las nuevas tecnologías de la información, la sociedad tiene por primera vez a su alcance canales de comunicación que trascienden las barreras de espacio, es así que, desde las redes sociales hasta el cine y la televisión, cada persona tiene la capacidad de acceder a contenidos ilimitados que enriquezcan cada vez más su conocimiento, entrando en la esfera de una educación “no formal”. Según el profesor Vásquez, Sarramona y Colom (1998) se entiende que “educación no formal es toda actividad organizada, sistemática, educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto adultos como niños” (p. 12).

La educación no formal se desarrolla en varios ámbitos de la vida personal o profesional de una persona, como, por ejemplo: ocio y tiempo libre, educación familiar, medios de comunicación y desarrollo humano, entre otros. Si bien el cine, con la categoría del séptimo arte, usualmente es visto como un producto de entretenimiento, posee un gran poder de influencia sociocultural y que, a través de recursos audiovisuales, es capaz de transmitir sentimientos, deseos, acontecimientos y percepciones (Alonso, y Pereira, 2000).

El cine, en la era de la información, se ha consolidado como un medio indispensable para el aprendizaje no formal o social, ya que constituye un producto cultural que propicia el desarrollo de la personalidad de las audiencias.

Posee la cualidad de escenificar la diversidad de culturas, con sus filosofías, pensamientos, historias, modos de vida y costumbres adentrándonos en ellas con el fin de conocerlas, comprenderlas, aceptarlas y respetarlas, con la esperanza de lograr una convivencia donde imperen valores necesarios en la sociedad actual como, la tolerancia y la ciudadanía. (Alonso, y Pereira, 2000, p.4)

Para la educación actual el vínculo imagen-educación tiene una incursión fuerte y juega un rol importante en la enseñanza. Los medios audiovisuales son innovadores y motivantes en aquel ámbito, convirtiéndose en una herramienta

que influye en la sociedad y la cultura, principalmente en el aprendizaje a consecuencia de la exposición de los espectadores al medio de comunicación (Bustos, 2010).

Los diversos cambios en la sociedad han sido efecto del uso de medios, siendo primordiales hoy en día para la educación. Es así que, según Brunner (2000), a través del mismo existe un conocimiento más amplio del tema expuesto y es mucho más rápido, los medios tradicionales son considerados importantes, pero se incorporan medios audiovisuales que implementan también nuevas tecnologías.

El cine se considera un medio que participa en la vida social de las personas. Sociológicamente hablando es también un medio de comunicación para influenciar en la comunidad siendo una guía y disciplina de cada individuo. El séptimo arte enseña a los pueblos al transportar a las personas a mundos diferentes, a través de la pintura, la arquitectura, la música, la literatura, etc., también colabora ejemplificando la variedad de culturas y la forma como una historia o un libro se puede plasmar según los acontecimientos de la humanidad a través de los tiempos (El cine como medio educativo, s.f.).

Este medio de comunicación es muy importante, debido a que la percepción a través de la vista del ser humano está principalmente promovida por la actividad cerebral. Esto causa que al ver las imágenes de un video la comprensión de algo específico sea mayor y se desarrolle un mejor análisis e interpretación del cortometraje o largometraje (El cine como medio educativo, s.f.).

Siendo así un medio tan primordial en la vida de las personas, el tema a tratar dentro de la película podrá afectar los pensamientos de cada una de ellas e incentivar soluciones en el caso de que haya un problema social. Asimismo, el cine puede añadir o transformar muchas de las ideas que se tenían en la mente respecto a un tema en específico. Según cada experiencia del espectador, la mayoría de las veces se queda pensando en el mensaje que pudo haberle dejado la película (El cine como medio educativo, s.f.).

La utilización de recursos cinematográficos en la realización de un video animado para la consecución de los objetivos planteados dentro de la presente propuesta es indispensable, ya que el cine es un arte que no solo ha sido concebido como tal, sino que es de los pocos que tienen un alcance masivo debido a su versatilidad en la presentación de contenidos, logrando que desde conocimientos culturales, prácticos, incluso científicos, hasta a valores individuales o sociales, puedan ser absorbidos por la sociedad para modificar sus conductas en beneficio del desarrollo común (Alonso, y Pereira, 2000).

2.2.2. La denuncia social a través de un video animado

Para muchas personas la animación sigue siendo un medio para contar cuentos o historias para niños, sin embargo, cada vez es más común ver cortometrajes y largometrajes que traten más a fondo problemáticas sociales de una forma entretenida y diferente con un alcance no solo en público infantil sino también en el público adulto.

Existen diversos ejemplos de videos o cortometrajes animados que tuvieron como objetivo dar un mensaje al espectador para prevenir o cambiar distintos problemas sociales. Pixar, siendo uno de los más grandes estudios de animación mundial ha logrado captar la atención de niños y adultos, conmoviéndolos con sus peculiares largometrajes y cortometrajes. Algunos de los cortometrajes producidos por Pixar que han dejado una lección social, como son (Acosta, 2014):

- ***Día y Noche:*** dirigido por Teddy Newton combinando la animación 2D y 3D fue estrenado en el año 2010. Este cortometraje trata sobre dos personajes que pelean entre sí, mostrando cada uno sus cualidades y presumiéndole al otro. Al final a pesar de la pelea constante que hay entre ellos, hacen las paces y termina con un final feliz. Este corto quiere

mostrar lo primordial de conocer lugares nuevos, explorar en lo desconocido y la diversidad que existe en la sociedad, que a pesar de las diferencias se complementa y hace a cada persona única, recalcando así el respeto como parte importante.

- **Las aves:** estrenado el 15 de Julio del 2000 con la dirección de Ralph Eggleston. Trata sobre unos pájaros pequeños que se burlan de otro por ser diferente, después todo se da la vuelta y el pájaro más grande se ríe de ellos porque los pájaros pequeños perdieron sus plumas. El mensaje que busca transmitir es el *bullying* y las consecuencias que este puede tener, con la intención de crear conciencia en los espectadores acerca de lo dañino que puede ser.

Existen también diversos cortometrajes por otras casas productoras o estudios de animación que son relevantes para la concientización de diversas problemáticas sociales, como lo son:

- **Zero:** es una historia dirigida y escrita por Christopher Kezelos en el año 2010. Este peculiar corto realizado en *Stop Motion* relata la historia de una escuela donde los estudiantes nacen con un número que estará con él o ella para siempre, definiendo así su destino. Es por eso que la persona que nace con el número 0 es rechazada por los demás por esta razón. Este corto ayuda a comprender cómo los malos momentos pueden ser motivo de crecimiento personal además de reflejar la lucha contra la discriminación y el racismo (80 cortometrajes para educar en valores, 2018).
- **French Roast:** cortometraje francés nominado al Oscar, producido en el año 2009 en el que un hombre está en un restaurante, donde al no tener dinero para pagar la cuenta le sucederán diferentes cosas. Su prepotencia le caracteriza y a través de la situación por la que le toca pasar impulsa

valores de generosidad y solidaridad, así como empatía en las personas (80 cortometrajes para educar en valores, 2018).

- ***Retrocycling robot***: cortometraje realizado por Sebastián Baptista, el cual de una forma divertida busca concientizar sobre el reciclaje y cómo cada persona puede poner algo de sí para hacer del mundo algo mucho mejor. Trata de inculcar al público infantil sobre el cuidado del medio ambiente y crear hábitos de reciclaje desde el hogar (80 cortometrajes para educar en valores, 2018).

Por otro lado, se encontró información sobre la presencia de violencia machista a través de la animación infantil. En este proyecto se analizaron los diferentes aspectos tanto físicos y psicológicos de los personajes de La Máscara y un capítulo de la serie animada Cartoon Network, *Coraje, el perro cobarde* creado por John R. Dilworth. En la serie el perro y sus dueños son los protagonistas, los cuales se enfrentaban a diferentes casos en los que su vida peligraba con cierto humor negro y miedo. Por otro lado, la animación de la Máscara a pesar de estar dirigida hacia público infantil trata el tema de la violencia de género y el machismo, causando que difícilmente la audiencia entienda el capítulo de la serie (Vázquez, 2017).

El contenido que se muestra a los niños y niñas es de vital importancia tanto a nivel educativo como personal de los mismos, manifestando así también la relevancia del tiempo que los niños ven televisión y los horarios que usan para realizar esta actividad. Los programas influyen a través de valores culturales y educativos y al ser producido mediante dibujos animados, los mismo pueden llevar a seguir el ejemplo de los personajes que salen en las diferentes series de televisión (Vázquez, 2017).

Es así que los infantes se van construyendo a través del medio televisivo desarrollando conductas y comportamientos reflejados a través de lo que experimentan al ver estos programas (Vázquez, 2017).

El cine se fue tomando como un medio no solamente para entretener sino también como una herramienta de publicidad y de esa forma hacer llegar diferentes mensajes a las personas. Es así que se pueden observar diferentes aspectos que destacan en los programas de dibujos animados, como las fábulas de los dibujos de Walt Disney y yéndose al otro extremo los documentales nazis de Leni Riefenstahl, las epopeyas de los países soviéticos, entre otros. De esta forma, ciertos cineastas empezaron a ver que el cine podía ser usado también como una crítica y una herramienta de denuncia de muchos casos sociales y fenómenos que afectan a nivel mundial (Torres, 2017).

2.2.3. Videos animados en Ecuador

Hace algunos años no existía la tecnología o el conocimiento para que se desarrollen productos audiovisuales animados, ya sean informativos o de entretenimientos en el país.

En los últimos años se ha ido construyendo una cultura diferente de entretenimiento en Ecuador. Un ejemplo se tiene a través del Gremio de Animadores Audiovisuales del Ecuador que dieron a conocer ciertos logros que se han alcanzado a través de animaciones en el país, como lo es el cortometraje *Mr. Blue-Footed Booby* dirigido y escrito por Gino Baldeón y producido por el estudio de animación MATTE CG. La historia relata la vida de un piquero de patas azules en peligro de extinción. Este cortometraje fue parte de un festival internacional: El festival Annecy en el año 2016.

Gino también tiene nuevos proyectos como *Simón Limón*, otro cortometraje que fue seleccionado como uno de los mejores de Latinoamérica.

Existe también el proyecto de animación *Boom Festival* que es una serie web animada que cuenta la historia de los acontecimientos en diferentes festivales de animación. El creador de esta animación es Daniel Jácome de la productora

Alicia Studio y también docente de La Metro (Ministerio de cultura y patrimonio, 2016).

Por otro lado, *El Capulí* dirigido por Carlos Sosa, es un cortometraje animado 3D construido según una historia popular ecuatoriana en el cual un hombre sueña con ser el peluquero de la urbe donde habita a pesar de tener un aspecto grueso y tosco. Este se está realizando desde el año 2017 con apoyo del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador e Ibermedia, sin embargo, para su etapa final se encuentran todavía se encuentran recolectando fondos en la web.

Por último, *Afterwork* es un cortometraje animado ecuatoriano que hasta ahora se ha llevado ocho premios y 37 participaciones en festivales en 2017, está dirigido por Andrés Aguilar y Luis Usón (español) con apoyo de la productora Matte CG y la producción de Juan Fernando Terán. Este corto trata sobre la rutina, los pocos instantes de éxito y las obsesiones. Ellos esperan con este cortometraje llegar a ser nominados en los próximos Oscar (Cortometraje animado "Afterwork" continúa cosechando éxitos, 2015).

2.2.4. Estrategias comunicativas de acoso callejero

Para el conocimiento del público en general de las graves consecuencias que puede causar el acoso callejero, se han llevado a cabo diferentes estrategias de sensibilización acerca de este fenómeno. El objetivo a través de ciertos productos audiovisuales ha sido crear empatía en los hombres y unir al género femenino por la lucha a favor de los derechos de la mujer de vivir una vida tranquila, libre y segura en la ciudad.

A continuación, se describirán algunas estrategias comunicativas que se han realizado en varios países en contra del acoso callejero a fin de establecer cuáles han sido las más efectivas y según estas sugerir cuáles serían las mejores estrategias para comunicar la problemática social al público objetivo.

España

Para la erradicación del acoso callejero se tomaron ciertas ideas que han infundido mensajes a través de las características del acoso callejero, como Zurbano, Liberia y Bouchara (2016):

- La libertad de acción y la seguridad en el espacio público
- La cosificación de la mujer a partir de su cuerpo sexuado
- El falso mito de la disponibilidad de la mujer en el espacio público. (p.149)

En España se efectuaron tres iniciativas comunicativas: El cazador cazado, la campaña #Nomellamonena y Programa Para Todos.

Las dos primeras fueron campañas que mezclaron el activismo clásico en cuanto a los espacios públicos y la web para difundir el mensaje, y la última con la utilización de un espacio en la TV pública de España (TVE).

Programa para todos: fue una campaña de índole social, emitida en el año 2010 con el objetivo de mostrar al espectador la realidad que viven las mujeres en las calles. Esta campaña tuvo como enfoque principal el acoso callejero, sin embargo, también muestra la temática del acoso laboral.

El cazador cazado: creada por Alicia Murillo en la ciudad de Sevilla (2012). Esta es una campaña contra el acoso callejero en la que la víctima filma con su celular el momento preciso en la que es acosada con palabras o miradas lascivas, para luego subirlo a las redes y hacer del video viral. A través de este medio se intentó que los acosadores sientan lo mismo que ellas cuando son acosadas en los espacios públicos.

Este medio fue una estrategia de defensa de la mujer en distintas partes de España, en esta se recibió más de una decena de videos, mediante los cuales se ha podido identificar cómo operan los acosadores en las calles o transporte

público: 1) le echan la culpa a otro, 2) se avergüenzan si van con otro hombre, 3) se ponen a la defensiva, y 4) huyen.

Esta campaña además busca forjar la autodefensa en las mujeres, frente a situaciones de acoso y su capacidad para reaccionar, sin embargo, los hombres que salen en el video muestran actitudes de ira con amenazas y hacen ver las agresiones como insignificantes.

#Nomellamonena: ciertas frases con las que los hombres se dirigen a la mujer son: nena, guapa, mamita, entre otras. Debido a esto un grupo de mujeres del barrio de Lavapiés en Madrid realizó una campaña contra el acoso callejero machista-baboso.

Fotos de mujeres con frases de acoso y el hashtag: #Nomellamonena se publicaron principalmente en Twitter y Facebook. Estos carteles se esparcieron por toda la ciudad haciendo presencia pública de la campaña, ampliada, asimismo, para redes sociales. La estrategia comunicativa buscó reivindicar un ambiente de respeto e igualdad hacia la mujer, así como mostrar su realidad y enfrentarse también a la misma (Zurbano, Liberia y Bouchara, 2016).

Marruecos

En este país se han llevado a cabo diferentes tipos de estrategias comunicativas debidos a los índices de acoso callejero. Algunos de estos son:

Harcèlement sexuel: en inglés *Generation News*, es un programa enfocado en los jóvenes. Este empieza cuando los invitados definen al acoso callejero, y debaten el tema tanto en sus efectos y cómo solucionarlos.

Briser le silence: Les marocaines parlent du harcèlement sexuel: este es un documental con subtítulos en inglés que va relatando diferentes casos de acoso callejero y las afectaciones que tienen las mujeres. Esta trata el acoso en las calles y en el ámbito laboral.

Harcèlement de rue: Et toi tu entends quoi?: el proyecto se publicó en 2014, el mismo que tuvo como fin dar a conocer el tipo de groserías que las mujeres escuchan en las calles y que atentan su dignidad. Se llevaron a cabo alrededor de 47 ilustraciones en idioma marroquí, las que refirieron las diferentes frases o palabras de acoso sexual callejero por medio de redes sociales como Facebook y blogs.

Un buen número de mujeres fueron de mucha ayuda, ya que enviaron algunas de las palabras que escuchaban en las calles para ser parte de la campaña (Zurbano, *et al.*, 2016).

Chile

En este país el Observatorio contra el Acoso Callejero es la organización que se ha encargado de promover la erradicación del acoso callejero. A través de sus páginas de Facebook han promovido diferentes hashtags e ideas que promueven la defensa de la mujer frente a los casos de acoso.

Algunas de las campañas realizadas en este país son: *Acoso sexual en campus universitarios: vulneración del cuerpo y de derechos* en el año 2015, *Feminista no se nace, se hace* en el 2015, *Feminismo para policías* en 2016, *Toda mujer tiene un recuerdo asqueroso* en el año 2017, *#NoteDaVerguenza: una invitación feminista para todos los hombres* en 2017, entre otras.

Ecuador

En cuanto al país se han llevado a cabo estrategias similares en las diferentes campañas de concientización del acoso callejero. Las que mayoritariamente han sido expuestas en las paradas de transporte y en el medio de movilización de la ciudadanía. Se pegaron pancartas y rótulos plegables para que las mujeres sean informadas acerca de la denuncia del acoso callejero en caso de que se presente en el medio de transporte. *Bájale al acoso* es la campaña más reciente llevada a cabo en la ciudad de Quito, la cual tuvo como público objetivo las mujeres

usuarias del transporte urbano y que solamente se presenten casos en buses, Trole, Ecovía o Metro.

Es por eso que a través de este análisis se busca una mejora en la estrategia para denunciar el acoso callejero no solamente en el transporte sino también en las calles. Un video o cortometraje es el producto audiovisual actual de mayor alcance y de mayor impacto debido a la forma de comunicar y llegar a los diferentes espectadores a través de redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram. Esta podría ser la forma más efectiva de llegar al público objetivo y que alcance mayor acogida no solamente por los hombres, sino también por generaciones más jóvenes y que se encuentren en pleno desarrollo. Este medio aún no ha sido explotado lo suficiente y es por eso que es un gran plus para la comunicación de la problemática social en todos los sentidos. El hecho de que sea un cortometraje o video animado lo hace mucho más agradable a la percepción de las personas e incluso logra un mayor alcance de espectadores de diferentes rangos de edades a diferencia de un cortometraje o video con personas reales.

Esto como un mejor objetivo y estrategia de comunicación a diferencia de otras campañas realizadas en otros países en las que se utilizó el medio de redes sociales con el uso de hashtags, imágenes con frases, documentales o programas de televisión que dan a conocer los diferentes casos de acoso en las calles, y la creación de videos igualmente con hashtags, ya que incluso pueden provocar que el agresor se sienta ofendido y actúe de mala manera.

2.2.5. Discusión acerca del cortometraje animado de denuncia social

Para construir una gran historia dentro del cine siempre es necesario que existan diferentes elementos narrativos, de la misma forma, todo cortometraje animado de denuncia social debe tener una estructura que permita que la audiencia sea capaz de extrapolar el mensaje de la historia, lo cual lleva al primer elemento fundamental de este producto audiovisual: un mensaje que permita al receptor

evolucionar hacia una nueva forma de ver la realidad.

Sin embargo, para llegar a esta conclusión es fundamental que dentro de la narrativa se presenten los siguientes elementos:

- Personajes protagonistas y antagonistas
- Mundo ordinario
- Incidente inductor
- Clímax
- Resolución

Los protagonistas poseen características negativas dentro de su contexto, sean físicas, económicas, entre otras. Por lo que es necesario que el protagonista tenga una diferencia marcada dentro de la historia. Mientras que el antagonista, posee cualidades que le otorgan una preponderancia frente a los demás, principalmente frente al protagonista. El vestuario y uso del color son los principales recursos para diferenciar a ambos personajes.

Dentro del mundo ordinario del protagonista, este tiene problemas para adaptarse a su realidad y es juzgado por el antagonista, quien saca provecho de sus capacidades superiores, por lo que el mundo ordinario del segundo está marcado por una limitada capacidad de tener compasión por la sociedad.

En el incidente inductor, tanto el protagonista como antagonista se ven envueltos en un conflicto, que consigue que ambos compartan espacio y acciones que llevan a que el desarrollo de ambos personajes de inicios.

Al llegar al clímax, la evolución de los mismos logra que sean capaces de ver desde la mirada del otro, otorgándole al protagonista una salida definitiva de su mundo ordinario hacia uno positivo, y al antagonista a una evolución de conciencia sobre sus acciones y pensamientos anteriores.

Finalmente, en el clímax de la historia, los personajes entran en una misma escala jerárquica o, en algunos casos, el protagonista supera al antagonista, a

fin de que la audiencia sea capaz de analizar cuáles fueron las acciones que llevaron a este final, extrapolándolas a su diario vivir.

A modo de ejemplo, en el cortometraje animado *Day and Night* los personajes tienen diferencias marcadas a través del uso del color y la trama muestra cómo ambos tienen un conflicto generado por sus diferencias, especialmente de las cosas positivas que tiene el uno, pero no el otro, y la burla recíproca sobre las negativas, dando a conocer que este es su mundo ordinario, un mundo donde los dos personajes se rechazan mutuamente por el simple hecho de que no son iguales. La historia tiene su incidente inductor cuando tanto protagonista como antagonista descubren que poseen características similares pero presentadas en contextos distintos, con lo que la evolución de ambos da inicio; sin embargo, la historia llega a su clímax cuando el papel de ambos se da la vuelta, provocando que sus papeles cambien en 180 grados y así sean capaces de empatizar por completo al estar en los zapatos del otro, finalizando con un mensaje fácil de interpretar para el espectador de la historia.

CAPÍTULO III DISEÑO DEL ESTUDIO

3.1. Planteamiento del problema

Desde hace muchos años las mujeres han sido privadas de un sinnúmero de derechos y se las ha tratado diferente, a veces incluso como un ser inferior. La construcción social de la mujer se ve arraigada hacia su físico, su forma de ser, su fisonomía, e incluso la religión. Un claro ejemplo se puede ver en Medio Oriente donde muchas mujeres no pueden salir solas o decidir por sí mismas su futuro. Este es un caso extremo que se vive hoy en día, sin embargo, en muchos otros países de América Latina las mujeres tienen libertad de salir a la calle, pero el ambiente en el que la mujer se desenvuelve la ha cohibido de vivir una vida tranquila, por ejemplo, al usar la ropa que quiera, ganar el mismo sueldo que un hombre en su misma posición o hacer las mismas cosas que él, sin ser mal vista o criticada fuertemente por la sociedad.

Muchas mujeres han luchado contra esta problemática a través del tiempo buscando mayor respeto e igualdad de género en lo personal y profesional. Actualmente la situación ha experimentado un cambio significativo y muchas mujeres incluso han salido a las calles a protestar por los tratos, acosos, burlas e incluso muerte que sufren debido al comportamiento irracional de muchos hombres a nivel mundial.

El acoso callejero es una problemática social actual que experimentan las mujeres en diferentes países. En Ecuador los índices de acoso en las calles son altos, dificultando que las mujeres quiteñas convivan y lleven una vida tranquila al salir de su casa.

Si bien es cierto se ha intentado resolver o apaciguar el tema en la sociedad a través de campañas y otros medios que alerten a las mujeres sobre la posibilidad de recibir acoso en el transporte público de la ciudad, y muchas de ellas se han

quedado calladas e incluso algunas han naturalizado el acoso callejero como una situación normal, de la que muy poco se puede hacer.

La educación en los colegios y en las familias es la más importante, ya que a través de este proyecto se busca detener y prevenir que siga sucediendo esto y no sólo alertar del cuidado que debe tener una mujer al salir, sino más bien los hombres ser conscientes de los daños y lo perjudicial que puede ser recibir este tipo de acoso a lo largo de la vida.

Otro problema es la visión que tienen las personas sobre las mujeres, es decir, cuando se busca culpables en situaciones de acoso callejero algunas veces terminan siendo las víctimas que simplemente se mostraron con ropa ajustada o se “vistieron provocativamente”. Por otro lado, no es necesario que exista alguna razón, simplemente muchos hombres sienten la necesidad de decir “piropos” que pueden ser considerados insultantes o que invaden el espacio personal de las mismas.

El acoso callejero, por otro lado, puede ser considerado un primer paso hacia otros problemas más graves, como la violación. Si se empieza con palabras o gestos obscenos y hasta tocar partes íntimas de la víctima, se influencia a otros hombres, jóvenes o niños a que realicen lo mismo e imiten los pasos de estas personas.

El proyecto busca llegar a la comunidad quiteña para promover la disminución del acoso callejero y educar a las nuevas generaciones para prevenir que esto siga siendo una problemática social consiguiendo una cultura de respeto y empatía por parte de los hombres sobre la situación que ha sufrido el 90% de las mujeres ecuatorianas. Además, a través de las nuevas tecnologías se intenta llegar de mejor manera, por medio de un video animado en 2D, a implantar visualmente las sensaciones y sentimientos producidos a través del acoso callejero en la ciudad.

3.2. Preguntas

3.2.1. Pregunta general

¿Cómo elaborar un video animado en 2D que sensibilice sobre el acoso callejero en la ciudad de Quito?

3.2.2. Preguntas específicas

- ¿Qué información existe sobre la problemática social del acoso callejero?
- ¿Qué experimentan las mujeres al ser víctimas de esta problemática social y qué estrategias existen para enfrentarlo?
- ¿Cómo elaborar un guión para un video animado en 2D que sensibilice sobre la problemática del acoso callejero?
- ¿Cómo elaborar las distintas fases de un video animado 2D?

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Desarrollar un video animado en 2D para sensibilizar a jóvenes ecuatorianos sobre el acoso callejero en la ciudad de Quito.

3.3.2. Objetivos específicos

- Investigar sobre el origen, causas y políticas públicas en relación a la problemática social del acoso callejero.
- Identificar las principales consecuencias del acoso callejero en las víctimas y estrategias que existen para enfrentarlo.
- Adaptar la investigación a la elaboración del guion de un video 2D que sensibilice sobre la problemática del acoso callejero en la ciudad de Quito.
- Elaborar las fases de preproducción, producción y postproducción del video animado 2D.

3.4. Metodología

3.4.1. Contexto y población

El estudio se llevará a cabo en la ciudad de Quito – Ecuador, en la Universidad de Las Américas, como parte del trabajo de titulación desarrollado en la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual desde septiembre de 2018 a enero de 2019.

El público objetivo al cual va dirigido el presente estudio son hombres jóvenes de 18 a 30 años, quiteños, que tengan un nivel socioeconómico que va del segundo al tercer quintil. Los mismos deben tener acceso a tecnología como computadoras e internet. El target son principalmente los usuarios del transporte público y transeúntes de las calles de la ciudad de Quito.

3.4.2. Tipo de estudio

El tipo de estudio que se va a realizar es mixto. Primeramente, el estudio es de tipo cuantitativo, debido a la falta de información numérica acerca de la problemática del acoso sexual callejero y de esta forma identificar cómo se encuentra el tema actualmente en la ciudad. Segundo, se va a realizar un tipo de estudio cualitativo para tener clara la percepción del público objetivo frente a situaciones de acoso callejero y su opinión directa sobre la problemática.

Los alcances de la investigación son:

- Exploratorio: el objetivo es familiarizarse con el tema en la actualidad después de diferentes situaciones de acoso callejero en el país y la última campaña aún vigente, realizada hace poco tiempo como medio de denuncia social del acoso callejero, además investigar si el mismo va de la mano con otras problemáticas sociales.
- Descriptivo: una vez que se obtenga el conocimiento necesario del problema actual, se van a identificar sus características, las que colaboren en el desarrollo de un video animado que prevenga el continuo acoso callejero que sufren las mujeres a través del medio audiovisual en las diferentes redes sociales.

3.4.3. Herramientas a utilizar

Tabla 1
Herramientas de investigación

Herramienta	Descripción	Propósito
Encuestas N=278	A mujeres, recolección de datos numéricos como verificación de datos y análisis de campo sobre el porcentaje de mujeres que han sido acosadas en las calles	Tener un panorama claro de la situación actual que prevalece en la ciudad sobre el acoso callejero
Grupo focal N= 6	Hombres de 18 a 30 años que han presenciado acoso callejero y tienen conocimiento del tema	Conocer la opinión del género masculino en cuanto a la problemática social

3.4.4. Tipo de análisis

El análisis del presente estudio es sobre la prevención del acoso callejero hacia la mujer en la ciudad de Quito (variable dependiente) a través del uso de nuevas tecnologías, siendo así en este caso un video animado (variable independiente) Primeramente, se desarrollará la investigación del tema en la actualidad y cómo se ha ido originando tanto a nivel nacional como internacional, sus causas, consecuencias y las estrategias utilizadas para combatir el acoso sexual callejero. Además del uso de un video animado como fuente principal para la difusión del tema y la efectiva sensibilización del público objetivo.

Posteriormente, se llevará a cabo 278 encuestas a las mujeres quiteñas con el propósito de analizar la situación actual en cuanto a índices de acoso callejero en Quito. También se realizará un grupo focal a hombres de 18 a 25 años con el fin de conocer su opinión acerca del acoso callejero en la ciudad.

Una vez realizada la investigación en la fase de preproducción se procederá a la creación del concepto de la historia, el guión y el *storyboard*. Esta parte es primordial para que el mensaje de la historia se logre comunicar correctamente, causando así también la empatía en los espectadores y la identificación de las personas con los personajes.

En la producción se van a realizar los escenarios y los personajes según la técnica 2D escogida para la realización del video animado. Para esto se utilizarán adobe Illustrator, Photoshop y After Effects, así como otros programas que colaboren con la realización del producto audiovisual y a su vez su postproducción.

CAPÍTULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1. Resultados preliminares del estudio

El presente estudio es de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo), en el mismo se llevó a cabo encuestas a mujeres quiteñas, para la obtención de datos numéricos e información de la situación actual en la ciudad de Quito. Además, se realizó un grupo focal para debatir el tema y conocer su opinión acerca del acoso callejero, en el que mismo participaron 6 hombres.

4.1.1. Resultados de la encuesta

Público objetivo: mujeres de 15 a 55 años

La encuesta se realizó vía Internet y se difundió en redes sociales, principalmente en páginas de Facebook, referentes al género femenino en Quito. El objetivo de las encuestas fue saber la situación actual que existe en la ciudad de Quito acerca de la problemática del acoso callejero.

Se llevó a cabo 278 encuestas a mujeres entre 15 y 55 años, las mismas que compartieron su experiencia en cuanto al acoso callejero además de evidenciar la situación de la campaña #BájalealAcoso que prevalece en el transporte público de la ciudad.

En el Anexo 1. se puede apreciar la encuesta que realizaron las mujeres quiteñas. Los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

En la Figura 2 Se puede observar que 56,8% de las mujeres a las que se les encuestó van de los 15 a los 25 años, es decir 158 de las encuestadas. Así mismo el 54,7% de mujeres son estudiantes de educación superior, lo que

significa que el acoso callejero por lo general está dirigido a mujeres universitarias entre 18 a 25 años aproximadamente.

1. ¿Entre qué rango de edad está usted?

278 respuestas

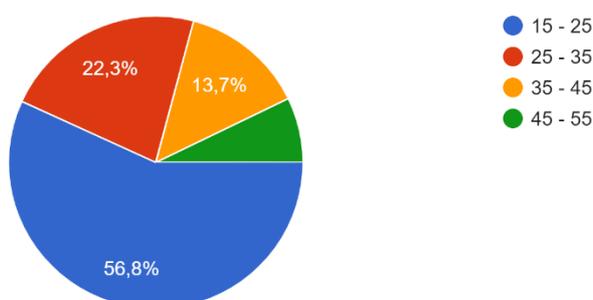


Figura 2. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito* (2018)

2. ¿Cuál es su principal ocupación?

278 respuestas

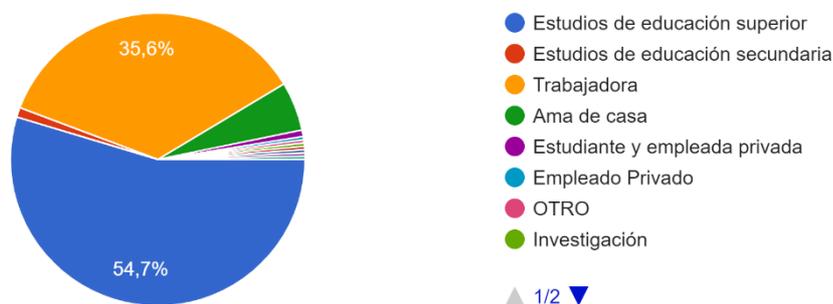


Figura 3. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito* (2018)

El 95,3% de las encuestadas afirma haber sido acosada en las calles o el transporte público, siendo los silbidos u otros sonidos, así como las miradas morbosas las formas de acoso más comunes, seguidas por las miradas morbosas y los piropos suaves como se indica en la fig. 5, sin embargo, a pesar de que no es la mayoría de los casos, alrededor de 59 encuestadas afirmó haber

sido manoseada en partes íntimas, así como haber sido víctima de punteos, tipos de acoso con mucho mayor gravedad.

3. ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de acoso callejero en las calles o medios de transporte? Si su respuest...s NO, usted ha terminado la encuesta.

278 respuestas

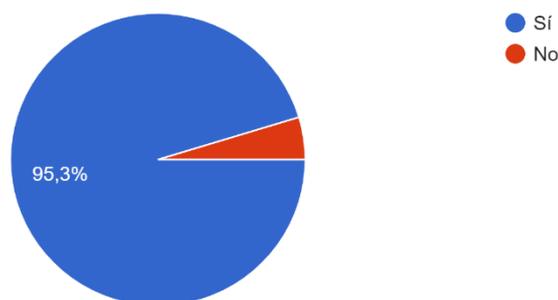


Figura 4. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito* (2018)

4. ¿Cuál de las siguientes formas de acoso callejero ha sido víctima? Puede seleccionar una o varias respuestas

274 respuestas

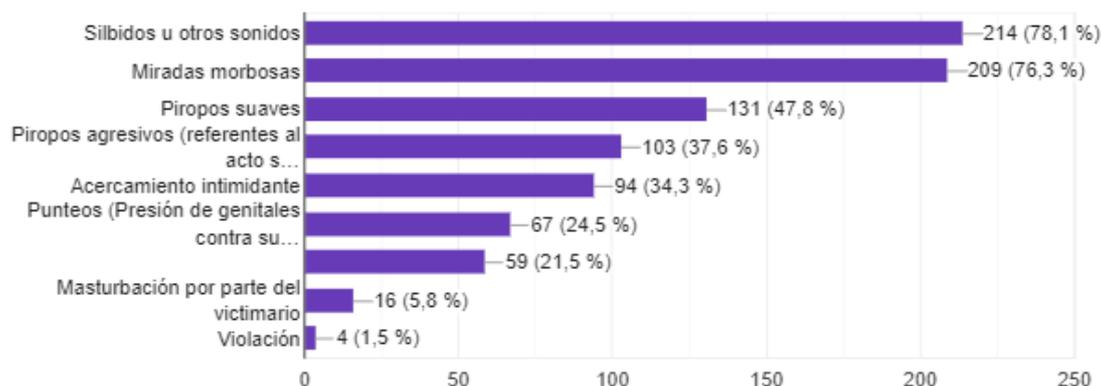


Figura 5. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito* (2018)

Para algunas mujeres (23,8%) es más común recibir acoso callejero algunas veces por semana, mientras que para otras es más común ser víctimas de acoso varias veces al mes, además, la reacción que la mayoría de encuestadas (64,2%) dijo tener al momento de ser acosada es de ver a la persona con enojo

o realizar una expresión de disgusto, sin embargo, es sorprendente como un poco más de un tercio de las encuestadas prefieren solo ignorar al victimario y no hacer nada.

5. ¿Con que frecuencia ha sufrido algún tipo de acoso?

269 respuestas

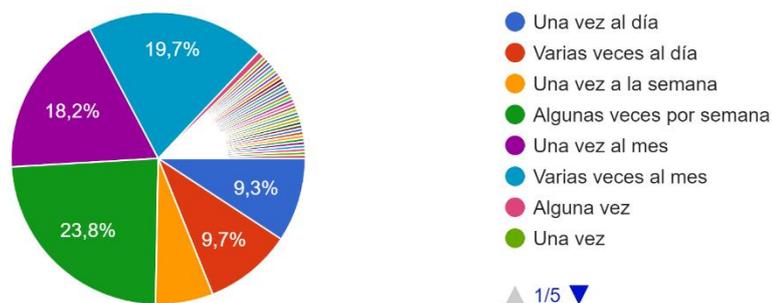


Figura 6. Resultados de la encuesta, de Acoso callejero en Quito (2018)

6. En general, ¿qué reacción tuvo al momento de ser acosada? Puede seleccionar una o varias respuestas

274 respuestas

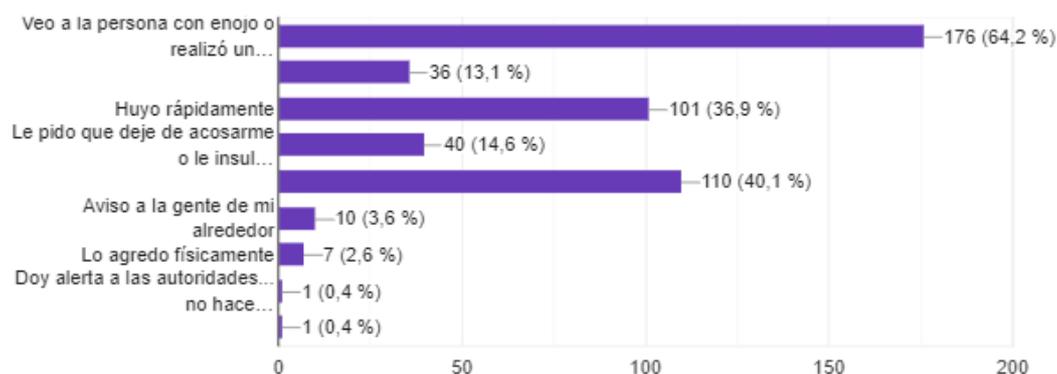


Figura 7. Resultados de la encuesta, de Acoso callejero en Quito (2018)

El espacio donde se presenta situaciones de acoso juega un rol muy importante y se puede ver gráficamente en la fig. 8. 219 encuestadas afirmó que el lugar donde existe mayormente acoso callejero es en la vía pública, seguido por 162

encuestadas que respondieron que han sido acosadas en el transporte público. Lo que significa que el número de víctimas que han sido acosadas en las calles es relevante y las campañas anteriores realizadas en la ciudad de Quito no han tomado en cuenta al momento de efectuarlas. Las mismas se han enfocado solamente en el transporte público, lo que no deja de ser un espacio donde se puede ver situaciones de acoso muy graves, como manoseos, punteos, entre otros.

7. ¿Dónde ha sufrido comúnmente acoso callejero? Puede seleccionar una o varias respuestas

274 respuestas

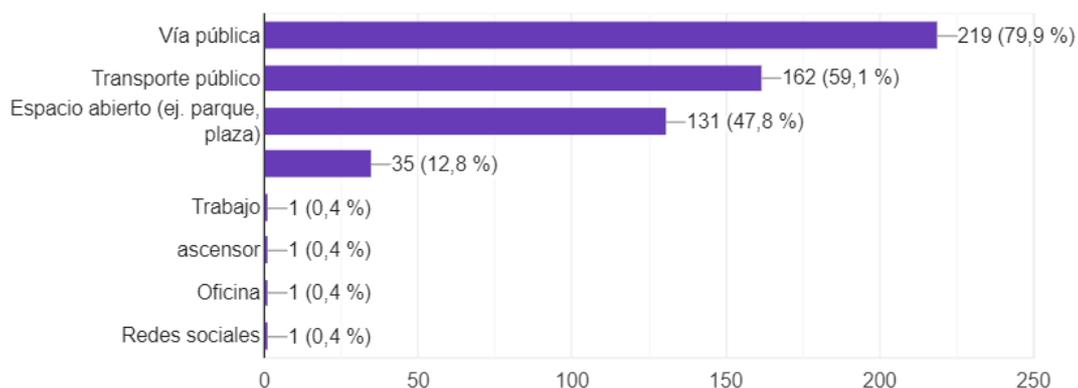


Figura 8. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito (2018)*

En la fig. 9 se puede apreciar como el desagrado y la falta de respeto es evidente en la problemática social, sin embargo, lo que el género femenino siente prioritariamente al ser acosado es ira y asco con alrededor del 75% de las encuestadas, seguidos por miedo (50,5%) e inseguridad (47,6%).

8. ¿Qué sintió al momento de ser acosada? Puede seleccionar una o varias respuestas

273 respuestas

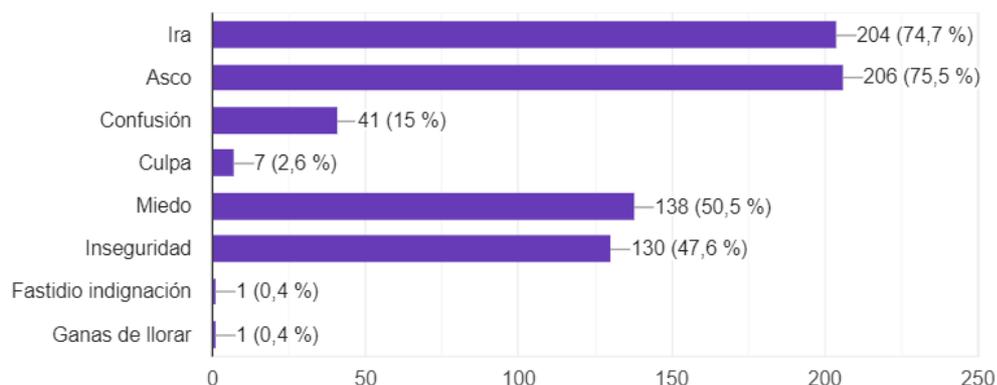


Figura 9. Resultados de la encuesta, de *Acoso callejero en Quito (2018)*

En cuanto a la campaña #BájalealAcoso, las mujeres tienen conocimiento de la misma, pero no difiere por mucho del porcentaje de mujeres que no conocen la campaña, solamente con casi 12% de diferencia entre ambos.

A pesar de conocer de la campaña y estar informadas de que se trata, el 68,1% de ellas no notó algún cambio positivo en la misma. Además, que de 278 encuestadas el 96,7% dijo que no había utilizado la plataforma y de las pocas mujeres que la usaron (3,3%) solo 6 dijeron que se capturó al acosador y los mismos fueron procesados.

A pesar de tener una campaña vigente no ha sido tan efectiva y para muchas mujeres incluso está normalizado el hecho de ser acosadas, muchas veces simplemente se ignora acosador y no se denuncia estos casos. A pesar de eso, no se puede capturar a todo acosador en casos de menor gravedad, pero se puede educar y tomar diferentes acciones que permitan un gran cambio en la mentalidad y acción de los hombres frente a la problemática.

4.1.2. Resultados del grupo focal

Se realizó un grupo focal, el que estuvo conformado por 6 integrantes de alrededor de 23 a 30 años. Se realizó un conversatorio, tipo debate en el cual se discutió su opinión acerca de la problemática social del acoso callejero y su acción frente a la misma.

En el Anexo 2. se puede apreciar las preguntas que se plantearon a los participantes del grupo focal. Los resultados que se obtuvieron son los siguientes:

Los hombres tienen presente que el acoso callejero está mal y es claro que es una problemática, para ellos se considera acoso cuando se invade el espacio de una mujer sin su permiso.

Para la mayoría de los hombres el acoso callejero no es acoso si no conlleva un acto físico, y para muchos de ellos el quedarse viendo a una mujer es algo imposible o muy difícil de evitar y mucho más si lleva ropa provocativa como una falda o blusa con escote porque consideran algo biológico.

Por otro lado, los hombres afirman que cuando un amigo ve de forma morbosa o realiza silbidos u otros sonidos por ejemplo lo tomarían en broma, mientras que si es otra persona quizás lo ignorarían y que ya debería incluir algún acto físico o acoso mayor para que lo vean mal y hagan algo. Además, se les planteó la premisa “no hagan lo que no quieran que les hagan a ustedes, lo que equivale a no les hagan a las mujeres, lo que no quisieran que les hagan a sus mamás” ellos opinaron que sí es una prima, su madre o su hermana las cosas cambian ya que el afecto que le tienen influye en su opinión al respecto y que es un contexto diferente.

Para los hombres el que una mujer llegue a tocarles una parte íntima de su cuerpo no es tan grave, muchos de ellos afirmaron que lo tomarían en broma y

que ya debería ser excesivo para que les moleste. Además, para que ellos entiendan como una mujer puede sentirse cuando es acosada se hizo una comparativa en la que se les planteó que, si un hombre homosexual les hiciera lo mismo, esa sería una sensación similar a la que una mujer siente cuando es acosada.

2 de los 6 hombres participantes del grupo focal habían escuchado de la campaña #BájalealAcoso, los demás no tenían conocimiento de la misma. Para ellos esta campaña no es efectiva además que estuvieron de acuerdo que la forma de cambiar esta realidad es a través de la educación, más no denunciando y procesando los casos de acoso, al menos en situaciones de menor gravedad, las mismas no se toman mucho en cuenta y que tanto mujeres y hombres en muchos casos no tienen el conocimiento.

Ellos tienen una idea clara de lo que para ellos conlleva acoso callejero y es principalmente un acto físico que invada el espacio de la mujer y que este principalmente direccionado hacia sus partes íntimas. Es por eso que al analizar la opinión de hombres de edades que van entre 23 y 30 años se puede concluir que el grupo objetivo del proyecto no es el correcto, el mismo que se replantea a edades que van en un rango menor (13-17 años), ya que los jóvenes están en periodo de crecimiento y desarrollo intelectual y personal, lo que permite llegar a un público objetivo que está todavía cursando la secundaria y que no han formado totalmente su manera de pensar y en quienes está el futuro del país, lo que hace más importante su educación no solamente respecto a esta temática sino acerca de otras problemáticas sociales.

4.1.3. Análisis de resultados

Los resultados de las encuestas muestran que en su mayoría las mujeres continúan siendo acosadas en las calles y en el transporte público. A pesar de que actualmente se encuentre vigente la campaña Bájale al Acoso, los resultados no son como se espera y la misma se enfoca en la prevención de la

mujer y la detención del victimario en algunos casos, sin embargo, en la mayoría no se hace nada, tanto por parte de las autoridades como de los testigos de acoso.

Los resultados del grupo focal muestran que los hombres no entienden en su mayoría la gravedad del asunto y de hecho se lo toman en broma.

Y es así que tanto para hombres como para mujeres esta problemática se ha ido normalizando, lo que no es correcto y se debe entender que el buen trato tanto para el hombre como para la mujer es un derecho que se debe defender.

4.2. Propuesta comunicacional

La propuesta comunicacional de la campaña consta de 4 ejes: objetivo, público objetivo, canales y mensaje

4.1.2. Objetivo

Sensibilizar sobre el acoso callejero a los jóvenes mediante un video animado 2D, informando acerca de la problemática social para disminuir el impacto de la misma en la ciudad de Quito.

4.1.2. Público objetivo

El público objetivo son hombres de 13 a 17 años. El mismo es pertinente para el proyecto, ya que según la investigación los hombres mayores a la edad indicada tienen comportamientos e ideas ya establecidos acerca del acoso callejero, por lo que se considera que direccionarlo a un público objetivo más joven es más efectivo, ya que los adolescentes están en edad de desarrollo siendo así más fácil prevenir que la problemática continúe. Si se educa y se sensibiliza desde edades tempranas las acciones frente a la mujer serán de respeto a su dignidad y privacidad.

4.1.3. Canales

Medios digitales como Facebook, Instagram y Youtube

4.1.4. Mensaje

Se realizó una lluvia de ideas con diferentes mensajes para la campaña. Una vez obtenido los resultados de la investigación a través de las encuestas y el grupo focal fue más fácil plantear un mensaje que se adecue de la mejor forma al proyecto y que llegue al público objetivo.

A continuación, se presentan las ideas que se propusieron al principio:

- Trátala con respeto y dignidad, ella te lo agradecerá
- Una sociedad sin acoso callejero es una sociedad con valores, donde hombres y mujeres se complementan.
- Que el acoso callejero no se vuelva parte de tu vida, es tiempo de cambiar.
- Es momento de cambiar, al acoso callejero lo vamos a parar.
- Que el acoso callejero no vuelva a pasar, de ti depende cambiar esta realidad.

Se continuó descartando y aportando también con nuevas ideas para el mensaje. Se llegó a la conclusión de que el objetivo principal del mensaje no es que las personas continúen viendo al género masculino como el enemigo ni a la mujer como la víctima, sino más bien conseguir que ambos géneros sean vistos por iguales y no que a través de esta se siga percibiendo la lucha continua entre ellos.

Por segunda vez se replanteo el mensaje con las siguientes propuestas:

- Un mundo igualitario, un mundo sin acoso
- El cambio lo hacemos todos, por un mundo sin acoso
- Cambiamos por ellas, por no más acoso

- Para el acoso, empieza el cambio
- **Ella se pone en tus zapatos, ponte en sus tacones**
- Un nuevo mundo es un mundo sin acoso

Se decidió tomar como referencia al mensaje: Ella se pone en tus zapatos, ponte en sus tacones, sin embargo, aún no estaba totalmente claro. Después de tomar al reflejo y el regresar a ver como puntos clave, se llegó al mensaje final de la campaña y el escogido, descartando los últimos.

- Tus acciones son el reflejo del cambio
- Tus acciones reflejan el principio del cambio
- Refleja lo que eres a través del cambio
- **Dale la vuelta a tus acciones**
- Dar el primer paso es el reflejo del cambio

El mensaje escogido es: DALE LA VUELTA A TUS ACCIONES, es un mensaje general y que puede ser entendido de diferentes maneras, sin embargo conjuntamente con el mensaje (call to action) que se va a leer en la parte final del video animado quedará en claro para el público objetivo que el respeto y buen trato es para ambos géneros y que es importante ponerse en los zapatos del otro para entender cómo se siente, especialmente el género femenino ante diferentes situaciones de acoso callejero.

El mensaje (call to action) como cierre de la campaña y final del video se planteó una vez escogido el mensaje principal, teniendo claro el concepto de la animación.

El mensaje (call to action) es el siguiente:

El mundo no es de ellos, ni de ellas. El mundo es de aquellos que están dispuestos a trabajar en conjunto, un mundo en el que mujeres y hombres sean

un equipo, no la víctima y el victimario, ni una más ni uno menos. DALE VUELTA A TUS ACCIONES (logo)

4.3. Preproducción

La preproducción de un corto es relevante porque es la base donde se va estableciendo el fin principal del corto y es importante tener en cuenta cada parte que la conforma como: el concepto, la sinopsis, la historia, el guion literario, el guion técnico y el storyboard. Para esta parte también se escogió el estilo gráfico de los personajes y escenarios, utilizando referencias de otros cortos animados. En cuanto a los escenarios se buscó tener cierta similitud con la ciudad de Quito y ciudades de Latinoamérica

4.3.1. Idea- Concepto

La idea principal del corto es: un hombre en un mundo de mujeres. ¿Qué pasaría si damos la vuelta los papeles y los hombres son mujeres y las mujeres hombres? Pues en esta historia se busca lograr que los ambos géneros sean vistos por igual y que se complementan en diferentes situaciones cotidianas.

4.3.2. Sinopsis

Álex, un hombre común se dirige a su trabajo, siempre llega tarde, él no puede evitar mirar y molestar a toda mujer que se le pasa en frente, de repente un golpe del destino provoca que Álex llegue a un mundo donde la realidad es otra, donde la mujer es la que manda. El cambio que él tiene en su vida afectará todo su mundo y se dará cuenta que la mejor comunicación es aquella que conlleva respeto y amabilidad entre hombres y mujeres.

4.3.3. Guión

En el guión de la historia se presenta la vida de Álex, un hombre que está acostumbrado a tener un trato incorrecto hacia la mujer, el momento en el que cae en este mundo de mujeres se da cuenta que la mujer no es un objeto y que

nadie merece ser tratado así. Al ser ambos parte de esta sociedad lo ideal es trabajar en equipo y tratar no solo a ellas de la mejor forma sino a ellos también.

En esta historia el reflejo juega una parte muy importante ya que, el reflejo del interior se ve en las acciones que se tiene hacia los demás.

1 EXT. CIUDAD - DÍA

Ambiente de ciudad, se introduce el lugar

2 EXT. CIUDAD - DÍA

ÁLEX, hombre de mediana edad, alto, con vestimenta casual camina por la vereda. Se detiene por un momento. Mira el reloj. Pasa una mujer a su lado, Álex regresa a ver y le silva. La mujer mira de reojo y gira los ojos molesta.

3 EXT. CIUDAD - DÍA

El semáforo peatonal está en rojo. Álex espera el semáforo para cruzar. Mira al frente y ve a otra mujer. Su baba empieza a caer. La mujer se enfurece y entra a una tienda. La saliva de Álex lo golpea haciendo que el despierte del trance. Regresa a ver a su lado y ve a otra mujer. Sube sus cejas mientras la mira. Ella lo ignora. El semáforo peatonal cambia a verde. La mujer cruza rápidamente.

4 EXT. CIUDAD - DÍA

Álex, muy despistado, da dos pasos. Un auto viene hacia el. Los ojos del conductor se abren sorprendidos. Todo se distorsiona.

FADE OUT

5 EXT. MUNDO EXTRAÑO - DÍA

Álex cae en un lugar oscuro lleno de formas y figuras

6 EXT. MUNDO PARALELO - DÍA

Álex está desmayado en la calle. Se levanta asustado y ve a su alrededor. La ciudad está distorsionada.

7 EXT. MUNDO PARALELO - DÍA

Álex camina, escucha un susurro y al regresar a ver ve a una mujer que lo saluda.

8 EXT. MUNDO PARALELO - DÍA

Álex sigue caminando. Escucha unos golpes en el vidrio. Ve a una mujer en un restaurante. Ella le queda viendo y su saliva empieza a caer. El se sorprende y continúa caminando.

2.

9 EXT. MUNDO PARALELO - DÍA

Álex camina más rápido. Mira el reloj y ve que las manillas giran muy rápido y los números se caen. Siente un pellizco e el pompis. Álex salta del susto

10 EXT. CALLEJÓN MUNDO PARALELO - DÍA

Álex ve a una mujer riendo y alejándose del lugar por un callejón

11 EXT. MUNDO PARALELO - DÍA

Álex corre y respira agitado. El lugar se empieza a distorsionar

FADE OUT

12 EXT. CIUDAD - DÍA

Todo se ve borroso. Se aclara la vista de Álex y ve a una mujer. El se levanta. Ella se sorprende y se mueve hacia atrás. El mira alrededor y luego a ella. El baja la cabeza. Ambos se levantan y se dan la mano.

(MENSAJE)

4.3.4. Escaleta

Audio	Video	Escena	Escenario
Música	Ambiente de ciudad	1	ciudad
Música	Álex camina por la calle. Mira el reloj. Una mujer pasa junto a él. Álex le silva.	2	ciudad
Música	El semáforo peatonal está en rojo. Álex está esperando que cambie el semáforo para cruzar la calle, en frente ve otra mujer y se le empieza a caer la baba, ella se molesta y se va. Su saliva lo golpea para despertarlo del trance, mientras otra mujer se pone a su lado. Él le empieza a hacer gestos con las cejas, ella se molesta y gira su cara. Cambia el semáforo y la mujer cruza la calle.	3	ciudad
Música	Sin darse cuenta, Álex cruza la calle, un auto viene muy rápido. Los ojos del conductor se abren de sorpresa.	4	ciudad

	FADE OUT		
Música	Álex empieza a caer y caer viendo a su alrededor figuras y formas extrañas sin entender lo que pasa	5	Mundo extraño
Música	Álex, desmayado en la calle, se levanta asustado. Observa todo a su alrededor y ve que todo está distorsionado.	6	Mundo pararelo
Música	Empieza a caminar y escucha un susurro, se sorprende y regresa a ver, es una mujer que lo queda viendo muy coqueta. Él no le da mucha importancia.	7	Mundo pararelo
Música	Álex sigue caminando, de repente escucha un TOC TOC en el vidrio de un restaurante y se detiene. Mira a una mujer que se le cae la baba mientras lo mira. Él se asusta	8	Mundo pararelo
Música	Álex camina mucho más rápido. Mira el reloj y ve que las manillas giran muy rápido. Siente un pellizco en el pompis. Álex salta del susto	9	Mundo pararelo
	FADE OUT		
Música	Una mujer corre alejándose.	10	Mundo pararelo
Música	Álex corre y respira agitado. Todo se empieza a distorsionar mucho	11	Mundo pararelo
Música	Se ve todo borroso, no se entiende donde está el. Álex se levanta y ve a una mujer, la mujer se sorprende. Álex, muy consternado mira alrededor y luego a ella. Ambos se levantan y se dan la mano.	12	Ciudad
	MENSAJE		

4.3.5. Guion técnico

Escena	Toma	Plano	Ángulo/movimiento	Descripción esc.	Duración
1	1	PG	Zoom in	Introducción del lugar	3s
2	1	PA	lateral/travelling	Álex camina y se detiene	5s

2	2	PD	contrapicado/ cámara fija	Álex mira el reloj	2s
2	3	PG	lateral/cámara fija	Álex ve pasar a una mujer a su lado, regresa a ver y le silva	5s
2	4	PP	Frontal/cámara fija	La mujer mueve sus ojos y sigue caminando	2s
3	1	PD	frontal	Semáforo peatonal	2s
3	2	PMC	frontal/cámara fija	Álex está esperando en la esquina, se sorprende y se le va la baba	5s
3	3	PM	frontal/cámara fija	Una mujer está esperando en la calle de al frente, se molesta, se da la vuelta y entra en una tienda	3s
3	4	PP	frontal/cámara fija	Álex está con cara de bobo y se queda viendo, su saliva lo golpea en el rostro para que despierte.	5s
3	5	PP-PM	frontal/zoom out	Una mujer se pone a su lado, el sube las cejas, coquetea	6s
3	6	PM ambos	frontal/cámara fija	La mujer gira su rostro y se enoja	3s
3	7	PD	frontal/cámara fija	Semáforo peatonal cambia a verde	2s
3	8	PMC	frontal/cámara fija	La mujer camina rápido alejándose	5s
4	1	PG	frontal/cámara fija	Álex cruza la calle muy despistado	4s
4	2	PH	frontal/cámara fija	Un auto viene y al verlo Álex se asusta	6s
4	3	PPP	frontal/cámara fija	Los ojos del conductor se abren del susto.	2s
			FADE OUT		
5	1	PG	picado/travelling circular	Álex cae en un mundo extraño lleno de formas y figuras	4s
6	1	PP	picado/cámara fija	Álex está desmayado, empieza a pestañear	5s
6	2	PM	frontal/cámara fija	Álex se levanta, mira a su alrededor	4s
6	3	PG	frontal/cámara fija	Se ve la misma ciudad, pero todo está distorsionado	5s
7	1	PM	lateral/cámara fija	Álex camina muy extraño y escucha un susurro, regresa a ver	6s
7	2	OTS	cámara fija	Una mujer le saluda y le guiña el ojo, no le da importancia	5s

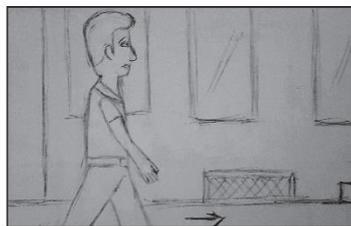
8	1	PML	frontal/ cámara fija	Álex sigue caminando, escucha un TOC TOC, se detiene asombrado y regresa a ver	3s
8	2	PM	frontal/tilt down	Álex ve a una mujer con ojos brillantes, a ella se le empieza a caer la baba mientras lo mira	4s
8	3	PP	frontal/ cámara fija	Cara de Álex asombrado de lo que vió	2s
9	1	PA	lateral/cámara fija	Álex continúa caminando, pero mucho más rápido.	4s
9	2	PD	picado/ cámara fija	Álex regresa a ver su reloj, las manecillas se mueven muy rápido y los números se caen	2s
9	3	PM	lateral/cámara fija	Álex baja el brazo y se asusta	2s
9	4	PD	frontal/ cámara fija	Alguien pellizca el pompis de Álex	2s
10	1	PG	trasera/cámara fija	Una mujer corre y se va riendo	4s
11	1	PP	frontal/ cámara fija	Álex se molesta	2s
11	2	PG	lateral/travelling	Álex camina rápido, está asustado, todo se empieza a distorsionar	5s
			FADE OUT		
12	1	PG	contrapicado/ cámara fija	Se ve todo borroso	4s
12	2	PG	lateral/ cámara fija	Álex se levanta y ve a una mujer, ella se sorprende y se va para atrás	5s
12	3	OTS ella	frontal/ cámara fija	Álex duda, se entristece, y regresa a ver de nuevo a la mujer	4s
12	4	PM	lateral/cámara fija	Álex y la mujer se levantan y sonríen	5s
12	5	PD	lateral/cámara fija	Se dan la mano	3s
			MENSAJE		
			FADE OUT		

4.3.6. Storyboard



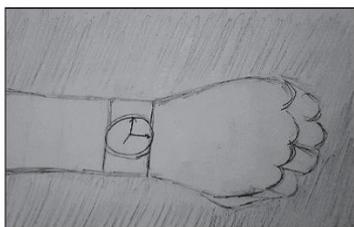
Toma/escena: 1/1 Plano: PG
 Acción: Introducción del lugar

Sonido/ tiempo: 3s



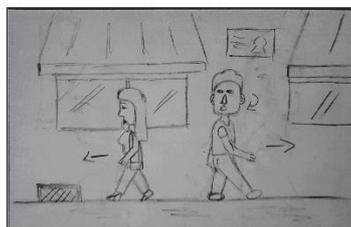
Toma/escena: 1/2 Plano: PA
 Acción: Álex camina y se detiene

Sonido/ tiempo: 5s



Toma/escena: 2/2 Plano: PD
 Acción: Álex mira el reloj

Sonido/ tiempo: 2s



Toma/escena: 3/2 Plano: PG
 Acción: Álex ve pasar a una mujer a su lado, regresa a ver y le silva

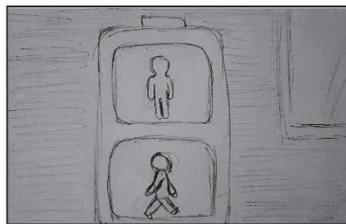
Sonido/ tiempo: 5s



Toma/escena: 4/2 Plano: PP

Acción: La mujer mueve sus ojos y sigue caminando

Sonido/tiempo: 2s



Toma/escena: 1/3 Plano: PD

Acción: Semáforo peatonal

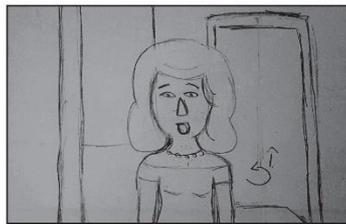
Sonido/tiempo: 2s



Toma/escena: 2/3 Plano: PMC

Acción: Alex está esperando en la esquina, se sorprende y se le va la baba.

Sonido/ tiempo: 5s



Toma/escena: 3/3 Plano: PM

Acción: Una mujer está esperando en la calle de al frente, se molesta, se da la vuelta y entra en una tienda

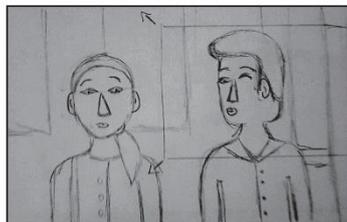
Sonido/ tiempo: 3s



Toma/escena: 4/3 Plano: PP

Acción: Alex está con cara de bobo y se queda viendo, su saliva lo golpea en el rostro para que despierte

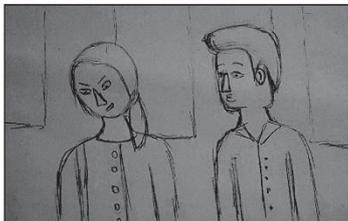
Sonido/tiempo: 5s



Toma/escena: 5/3 Plano: PP-PM

Acción: Una mujer se pone a su lado, el sube las cejas, coquetea

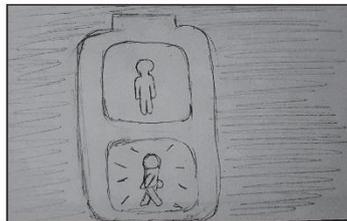
Sonido/tiempo: 6s



Toma/escena: 6/3 Plano: PM ambos

Acción: La mujer gira su rostro y se enoja

Sonido/ tiempo: 3s



Toma/escena: 7/3 Plano: PD

Acción: Semáforo peatonal cambia a verde

Sonido/ tiempo: 2s



Toma/escena: 8/3 Plano: PMC
 Acción: La mujer camina rápido alejándose

Sonido/ tiempo: 5s



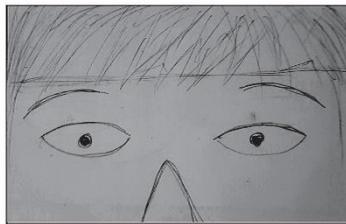
Toma/escena: 1/4 Plano: PG
 Acción: Alex cruza la calle muy despistado

Sonido/ tiempo: 4s



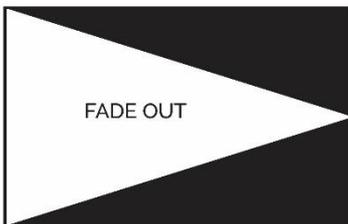
Toma/escena: 2/4 Plano: PH
 Acción: Un auto viene y al verlo Álex se asusta

Sonido/ tiempo: 6s



Toma/escena: 3/4 Plano: PPP
 Acción: Los ojos del conductor se abren del susto

Sonido/ tiempo: 2s



Toma/escena: Plano:
 Acción:

Sonido/ tiempo:



Toma/escena: 1/5 Plano: PG
 Acción: Álex cae en un mundo extraño lleno de formas y figuras

Sonido/ tiempo: 4s



Toma/escena: 1/6 Plano: PP
 Acción: Álex está desmayado, empieza a pestañear

Sonido/ tiempo: 5s



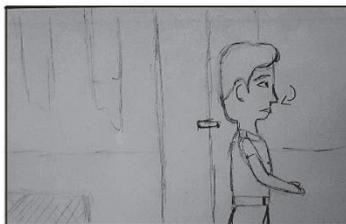
Toma/escena: 2/6 Plano: PM
 Acción: Álex se levanta, mira a su alrededor

Sonido/ tiempo: 4s



Toma/escena: 3/6 **Plano:** PG
Acción: Se ve la misma ciudad, pero todo está distorsionado

Sonido/ tiempo: 5s



Toma/escena: 1/7 **Plano:** PM
Acción: Alex camina muy extraño y escucha un susurro, regresa a ver

Sonido/ tiempo: 6s



Toma/escena: 2/7 **Plano:** OTS
Acción: Una mujer le saluda y le guiña el ojo, no le da importancia

Sonido/ tiempo: 5s



Toma/escena: 1/8 **Plano:** PML
Acción: Alex sigue caminando, escucha un TOC TOC, se detiene asombrado y regresa a ver

Sonido/ tiempo: 3s



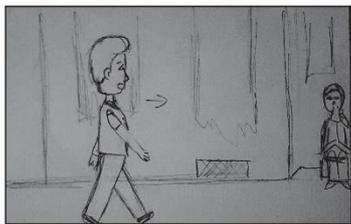
Toma/escena: 2/8 **Plano:** PM
Acción: Alex ve a una mujer con ojos brillantes, a ella se le empieza a caer la baba mientras lo mira

Sonido/ tiempo: 4s



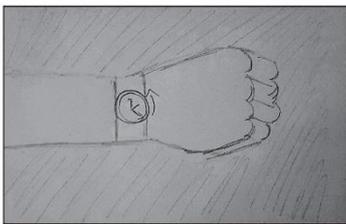
Toma/escena: 3/8 **Plano:** PP
Acción: Cara de Alex asombrado de lo que vio

Sonido/ tiempo: 2s



Toma/escena: 1/9 **Plano:** PA
Acción: Alex continúa caminando, pero mucho más rápido.

Sonido/ tiempo: 4s



Toma/escena: 2/9 **Plano:** PD
Acción: Alex regresa a ver su reloj, las manecillas se mueven muy rápido y los números se caen

Sonido/ tiempo: 2s



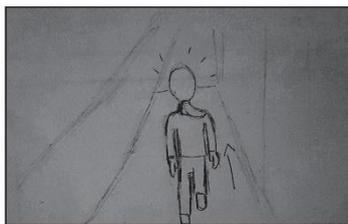
Toma/escena: 3/9 Plano: PM
 Acción: Álex baja el brazo y se asusta

Sonido/tiempo: 2s



Toma/escena: 4/9 Plano: PD
 Acción: Alguien pellizca el pompis de Álex

Sonido/tiempo: 2s



Toma/escena: 1/10 Plano: PG
 Acción: Una mujer corre y se va riendo

Sonido/ tiempo: 4s



Toma/escena: 1/11 Plano: PP
 Acción: Álex se molesta

Sonido/ tiempo: 2s



Toma/escena: 2/11 Plano: PG
 Acción: Álex camina rápido, está asustado, todo se empieza a distorsionar

Sonido/tiempo: 5s



Toma/escena: Plano:
 Acción:

Sonido/tiempo:



Toma/escena: 1/12 Plano: PG
 Acción: Se ve todo borroso

Sonido/ tiempo: 4s



Toma/escena: 2/12 Plano: PG
 Acción: Alex se levanta y ve a una mujer, ella se sorprende y se va para atrás

Sonido/ tiempo: 5s

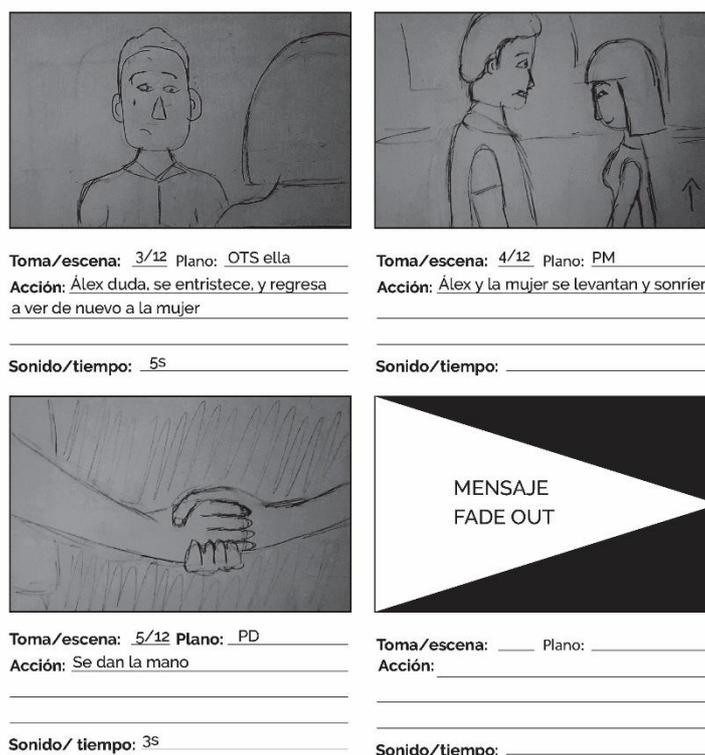


Figura 10. Storyboard - animación para la prevención del acoso callejero

4.3.7. Estilo gráfico y paleta de colores

Paleta de Colores

La estética que se busca manejar en la animación es de colores claros, que nos da la idea de una ciudad pacífica. La suavidad en colores tanto para personajes y escenarios transmite lo “normal” de una ciudad y lo que comúnmente vemos dentro de la misma, y a lo que estamos acostumbrados, sin que la estética nos muestre directamente el problema y que exista un contraste de los dos mundos dentro de la animación.



Figura 11. Paleta de colores - animación

Estilo gráfico

Previamente a la realización del corto, se buscó referencias para el estilo gráfico de escenarios y personajes de diferentes cortos e infografías. El estilo al ser enfocado a jóvenes de 13 a 17 años no debe ser muy infantil ni tampoco muy serio, por lo que se intenta buscar un estilo intermedio, pero a la vez interesante y llamativo.

A continuación, se ven referencias de los estilos gráficos escogidos para el corto con una mezcla entre ellos para los personajes y escenarios:

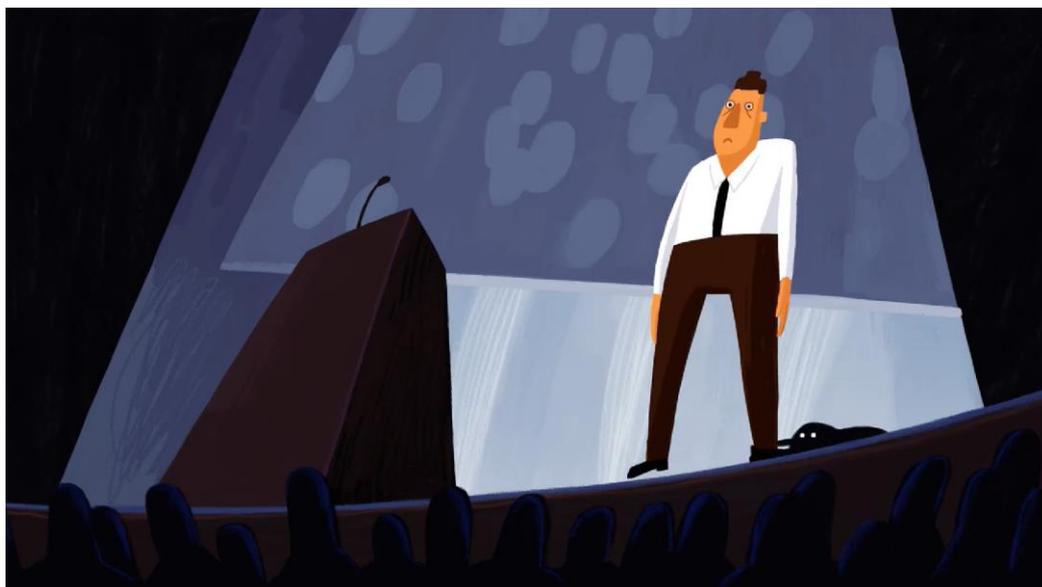


Figura 12. Referencia de personajes, de *Fears* (2015) por Vancouver Film school

De la figura 12. se va a utilizar las formas de la nariz y de la cabeza en los personajes.



Figura 13. Referencia de personajes, de *How to Talk to Your Kids About Race* (2018) por The Atlantic

De la fig. 13 se va a utilizar las formas del cuerpo, el cabello y las texturas que se maneja en los personajes así también las texturas y formas de la fig. 14 para los escenarios.

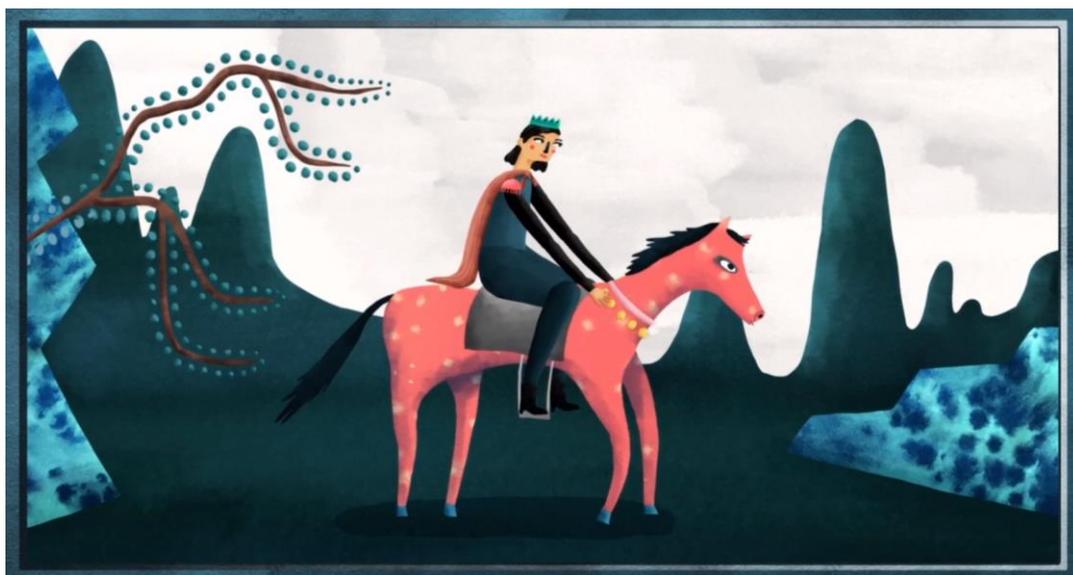


Figura 14. Referencia de escenarios, de *How to Talk to Your Kids About Race* (2018) por The Atlantic



Figura 15. Referencia de escenarios, de *The Color of love* (2018) por Jung Areum

Para el escenario en el que el personaje principal Álex se transporta a un mundo paralelo se busca utilizar formas geométricas y curvas como se ve en la figura 15., ya que da la idea de un mundo intermedio y loco entre ambas realidades, el de hombres y mujeres.



Figura 16. Referencia de escenarios, de *Fears* (2015) por Vancouver Film school

Para la ciudad del mundo paralelo se busca utilizar un estilo como el de la figura 16. Donde se resalta las rayas, los puntos y las formas chuecas de edificios y estructuras.

4.3.8. Diseño de personajes y escenarios

Personajes

Se realizó varios bocetos del personaje principal previamente para determinar que estilo gráfico se adecua mejor a la historia. Finalmente se combinó diferentes características de los 3 bocetos.

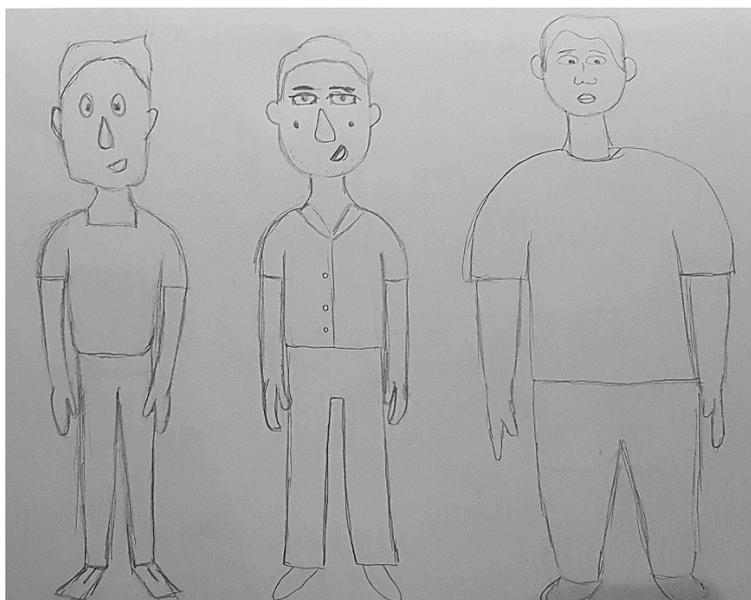
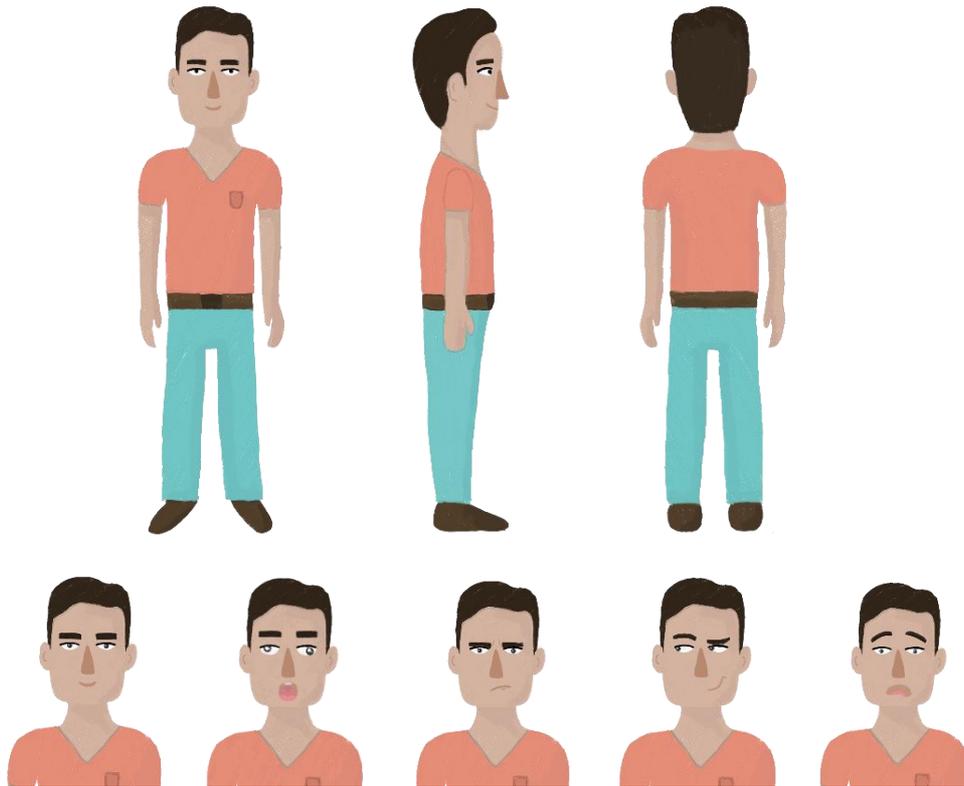


Figura 17. Bocetos del personaje principal

Teniendo en claro el estilo gráfico se realizó los character sheets de cada personaje de la historia. Los cuales están conformados por Álex como el personaje principal y 3 mujeres como personajes secundarios.

Álex

*Figura 18. Álex- Personaje principal*

Mujer 1

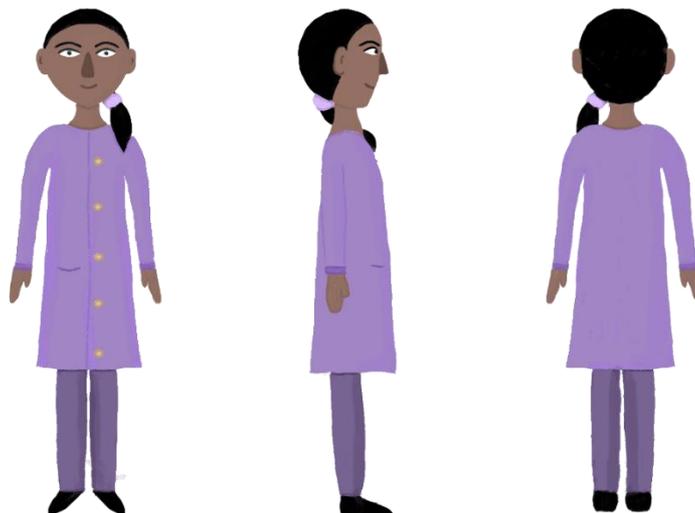




Figura 19. Mujer 1 – Personaje secundario

Mujer 2

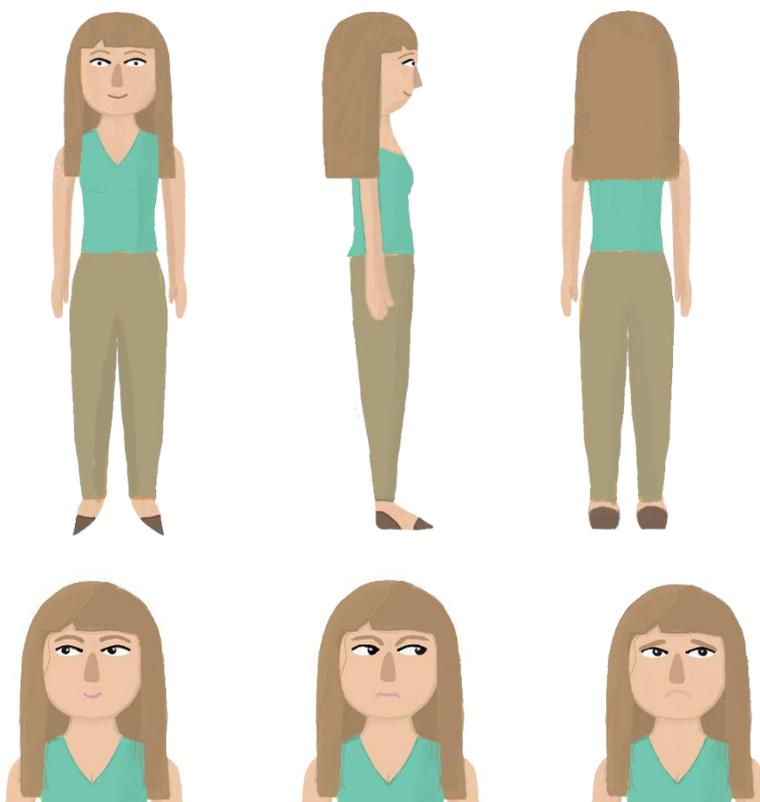
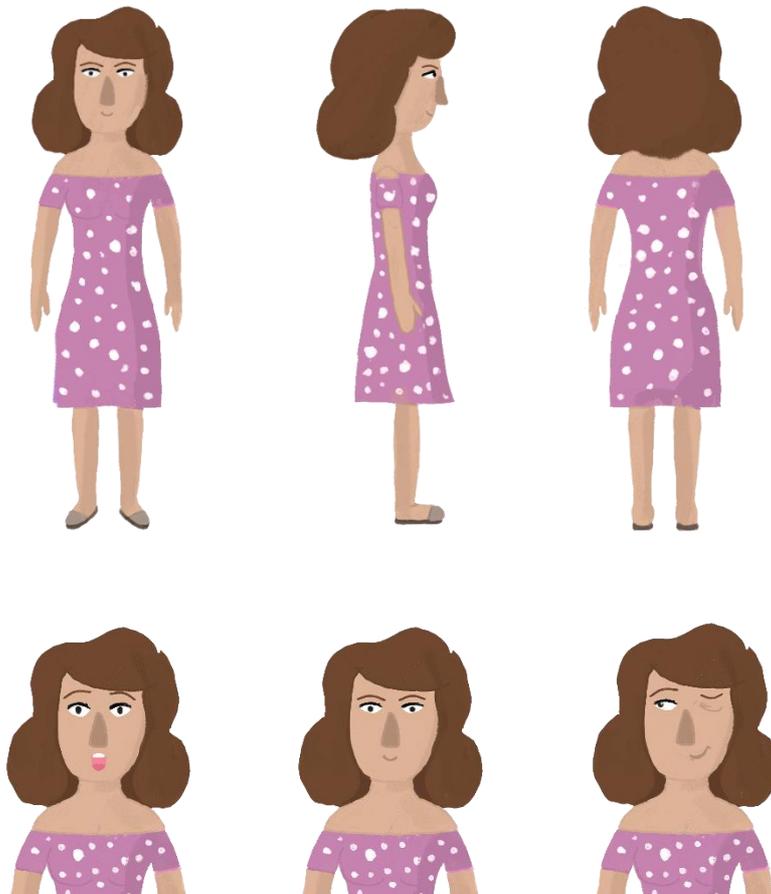


Figura 20. Mujer 2 – Personaje secundario

Mujer 3*Figura 21. Mujer 3 – Personaje secundario***Escenarios**

Los escenarios donde se llevan a cabo la historia están conformados por: una ciudad con arquitectura latinoamericana, tomando como referencia la ciudad de Quito, la misma ciudad, pero distorsionada, y por último el mundo paralelo, un mundo de formas y figuras de colores.



Figura 22. Escenario - Ciudad latinoamericana

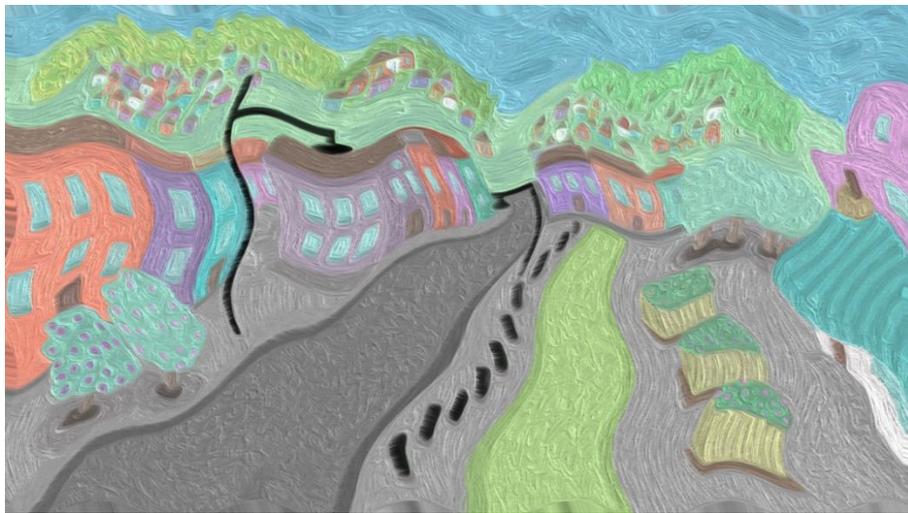


Figura 23. Escenario - Ciudad latinoamericana distorsionada



Figura 24. Escenario - Mundo paralelo

4.4. Producción

La producción del cortometraje está dividida en diferentes etapas. El animatic, la pintura de los personajes, los escenarios y la animación en sí.

4.4.1. Animatic

El animatic es un storyboard animado, en el cual se toma en cuenta los tiempos que se especificaron en el mismo. En este se ve una animación sencilla de los bocetos realizados para que al final realmente se pueda determinar si el corto se entiende o es necesarios ajustar, así como el reajuste de tiempos, y se utilice un audio modelo que cuadre con la animación.

La realización del animatic fue el primer paso, antes de empezar con la producción. En el programa Adobe Photoshop se realizó todos los dibujos (fig.25) y se animó en el programa After Effects (fig.26).

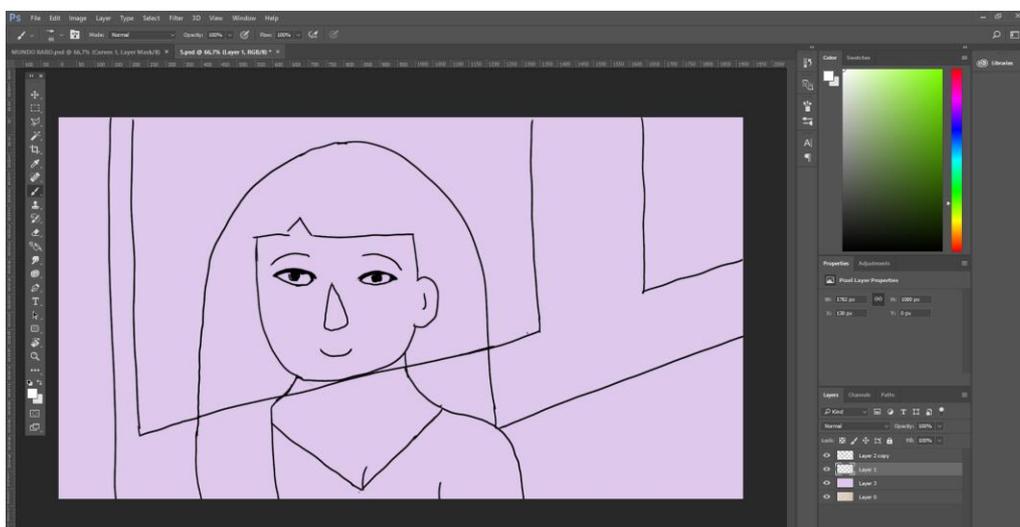


Figura 25. Animatic – Creación en Photoshop

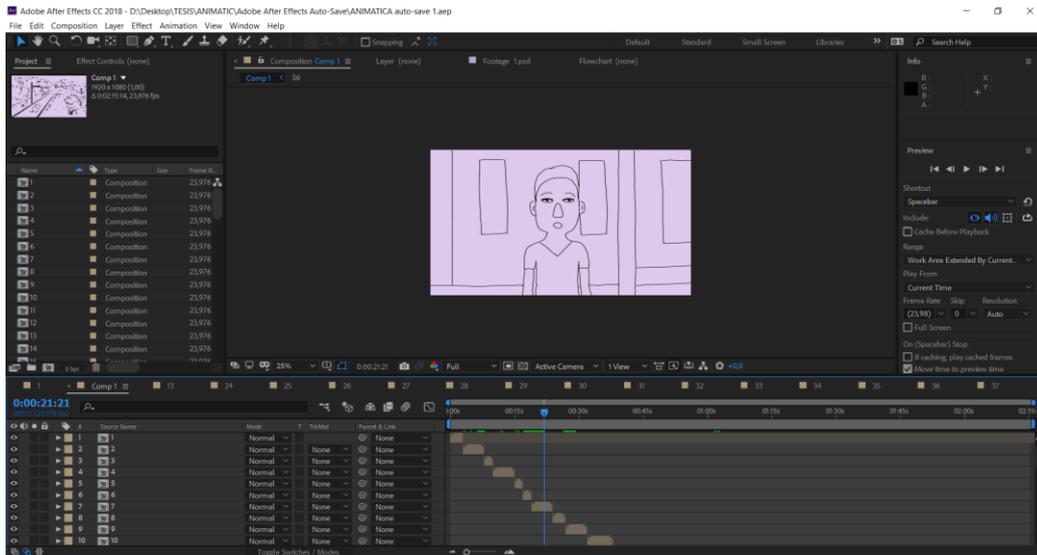


Figura 26. Animatic – Animación en After Effects

Fue muy necesario este paso ya que permitió una mejor organización al momento de realizar la animación.

4.4.2. Pintura digital de personajes y escenarios

Los personajes fueron pintados en Adobe Photoshop (fig. 27) con diferentes pinceles tanto para el color y las sombras. Se dividió el cuerpo y el rostro de los personajes en partes para que sea más sencillo al momento de animar.

Mientras la animación avanzaba, se iba pintando también diferentes expresiones en la cara del personaje y en su cuerpo, así se realizó un trabajo en conjunto con la animación.

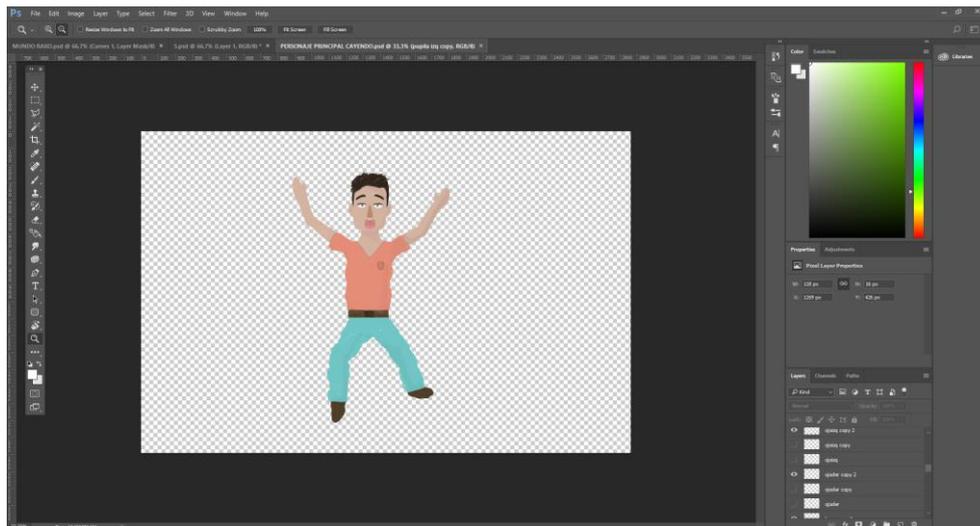


Figura 27. Personajes – Pintura digital Adobe Photoshop

Los escenarios (fig. 28) se pintaron en Adobe Photoshop con base a bocetos realizados previamente en el storyboard, sin embargo, se fue aumentando detalles para los escenarios finales. A través de los escenarios se quiso mostrar la realidad de una ciudad de Sudamérica, como la gente en las calles, la basura, los grafitis. Etc. Los colores fueron seleccionados en base a una paleta de colores, pero también se aumentó diferentes capas de ajuste para el color y la profundidad de las capas en el escenario.

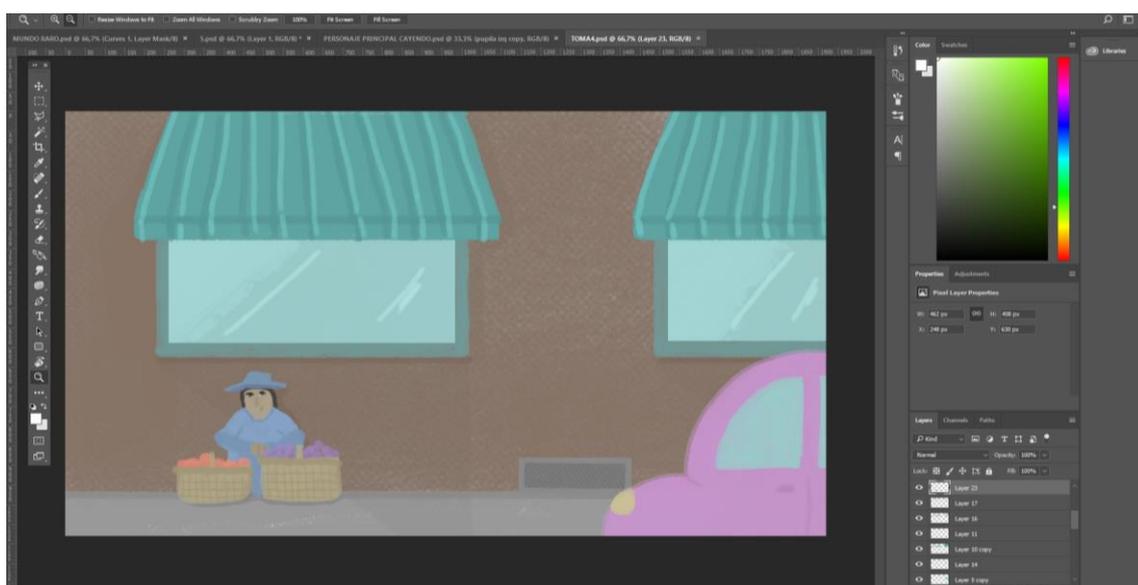


Figura 87. Escenario – Pintura digital Adobe Photoshop

4.4.3. Animación

La animación se realizó según la toma, tomando como referencia el animatic previo para comparar ambas e ir ajustando los tiempos de la animación.

El proceso de animación se realizó cuadro a cuadro y a través de una animación estándar, determinando el primer y el último fotograma clave.

Para la caminata de los personajes (fig. 29) se tomó una imagen de referencia ya que se consideró realizarlo cuadro a cuadro de forma digital en el programa Adobe Photoshop. Para otros movimientos de los personajes también se realizó la animación de esta forma y así lograr un mejor control de los fotogramas en cada movimiento.

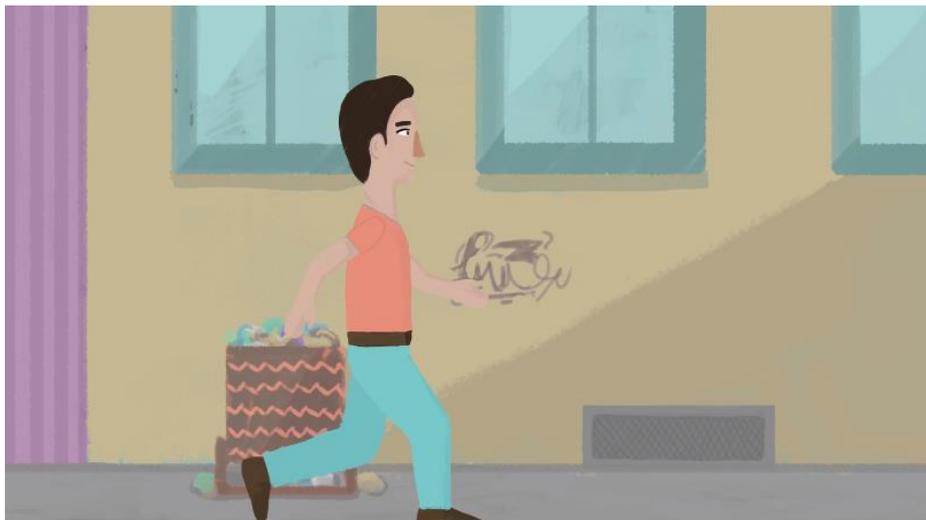


Figura 29. Animación caminata personaje principal

La animación estándar (fig 30.) para cambios de posición, escala, opacidad y rotación se llevó a cabo en el programa Adobe After Effects, en el que se unió también las animaciones realizadas cuadro a cuadro. En diferentes tomas se combinó ambos tipos de animación. Por ejemplo, para el movimiento de la cabeza del personaje, la rotación de sus ojos, el movimiento de los carros, entre otros.

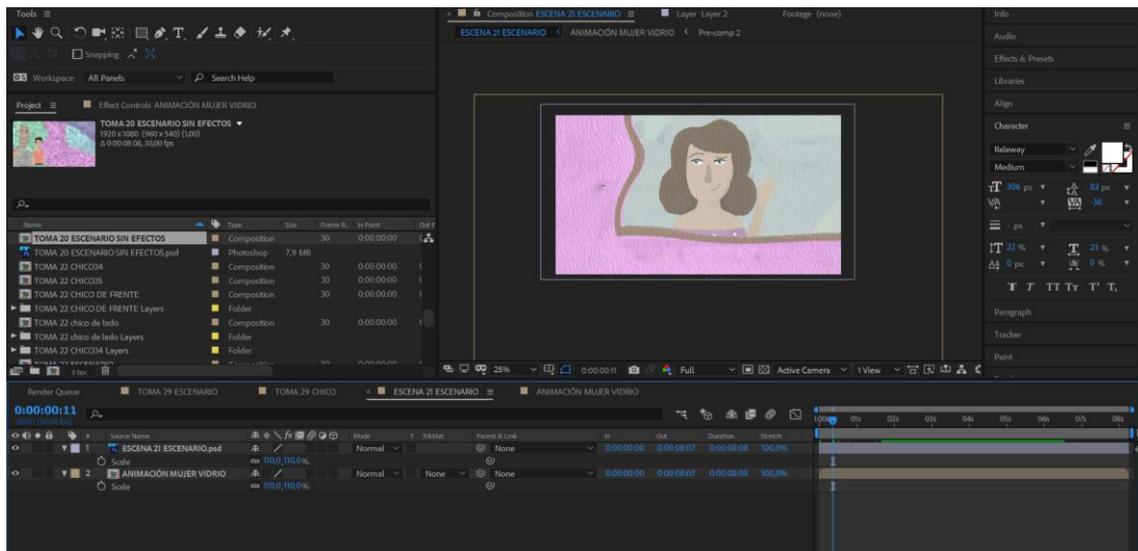


Figura 30. Animación estándar en Adobe After Effects

Se unió todas las tomas en el programa Adobe Premiere, donde también se realizó la comparativa con el animatic.

Para la parte final el mensaje y el logotipo saldrá en pantalla animado y que sea de conocimiento de los espectadores.

4.5. Postproducción

Dentro de la postproducción se encuentran los efectos especiales, la colorización, transiciones, música y efectos de sonido.

4.5.1. Efectos especiales y colorización

Aparte de utilizar Adobe After Effects para la animación (fig.31), se utilizó también para la postproducción. Al momento de animar algunos efectos fueron necesarios para terminar ciertas tomas.

La luz del semáforo se la realizó con un glow y se animó para el cambio de luz de rojo a verde, así como el desenfoque detrás de la mano del personaje sosteniendo el reloj, para dar un efecto de lejanía respecto al mismo. La distorsión de la ciudad fue animada para dar ese efecto de ola en el movimiento.

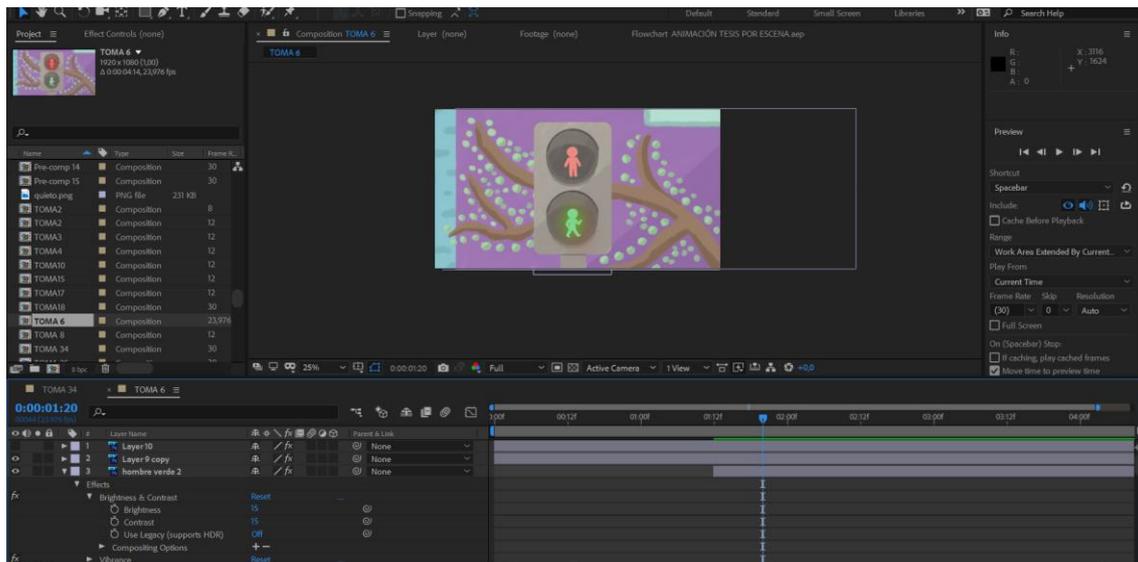


Figura 31. Efectos especiales en Adobe After Effects

Para el color se utilizó ajustes de brillo, y contraste, así como ajustes de vibración de color. Se le dió un color entre amarillo y anaranjado a la primera parte del cortometraje, lo que transmite una ciudad normal, optimista, de personas amables que muestra una realidad a la que se está acostumbrado. Por otro lado, cuando las cosas se dan la vuelta, el color se vuelve fuerte, azulado, frío, que causa suspenso y misterio, este tiene el objetivo de mostrar la verdadera realidad de la problemática del acoso callejero.

4.5.2. Música y efectos de sonido

Al no tener una voz en off o diálogos en los personajes, la música juega un papel muy importante.

La animación se animó utilizando Adobe Audition en conexión con Adobe Premiere (fig. 32).

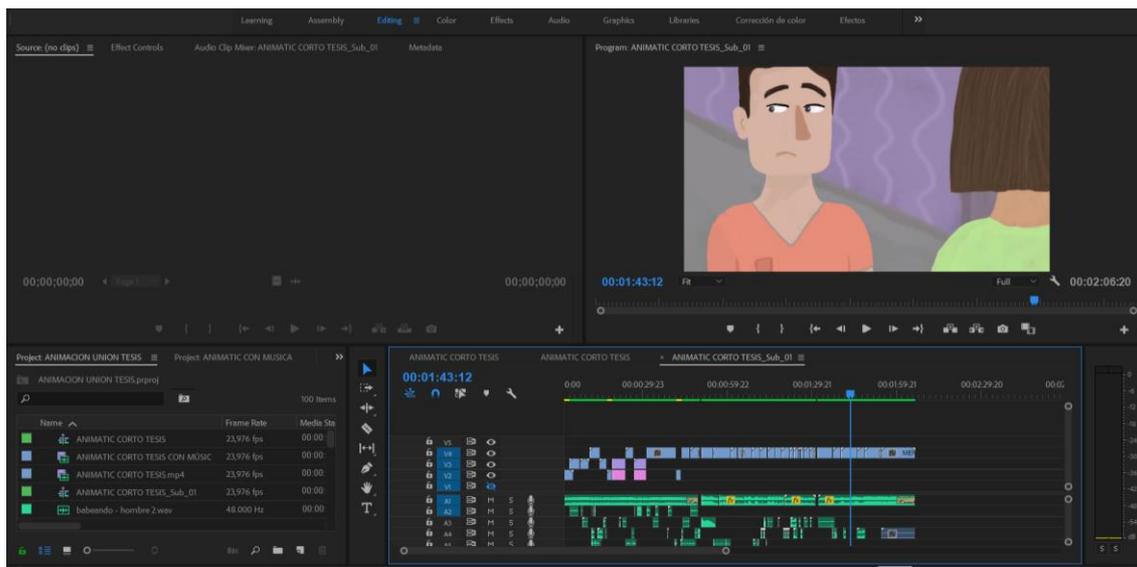


Figura 32. Unión de audio y video - Adobe Premiere

Las pistas fueron escogidas para envolver al espectador y para acompañar de la mejor manera la situación, dependiendo claramente de que este sucediendo en el cortometraje. Se seleccionaron cuatro pistas: la primera, donde se conoce al personaje principal y sus malos hábitos de acosar a las mujeres en las calles, la segunda cuando cae en el mundo paralelo y transmite rareza y locura, la tercera cuando se vuelve un misterio y donde todo se ha dado la vuelta, lo que busca transmitir el suspenso al espectador y por último la esperanza y unión de ambos géneros donde la pista devuelve la esperanza y el trabajo en equipo.

En cada parte existirán efectos de sonido o foleys, lo que también da vida al cortometraje e involucra más al público. Principalmente en la segunda parte, el acoso no debe solo verse, sino también escucharse y así captar también diferentes sentimientos debido a los silbidos, bocinazos, abucheos, murmullos, risas, que se escuchan de los diferentes personajes.

4.6. Producto final

Tabla 2

Especificaciones del producto audiovisual

Duración	00:02:15
Mensaje que se pretende difundir	Dale la vuelta a tus acciones
Género y formato de realización	Animación – problema social 1920 x 1080 HD
Fecha de producción	Febrero de 2019 – junio de 2019

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El acoso sexual callejero es una problemática actual, que ha venido por muchos años siendo de índole machista frente a la mujer. La desigualdad de género es una de las principales causas de la misma y que hoy en día, aunque la conciencia del tema está más concientizada aún, existe mucho por hacer para prevenir que continúen creciendo los índices de acoso sexual callejero en el país.
- Se debe luchar contra la naturalidad del acoso callejero que, en muchos de los casos las víctimas y los testigos del hecho, tuvieron miedo o prefirieron ignorar la situación antes que denunciarlo ante las autoridades.
- La campaña actual que existe en la ciudad de Quito “Bájale al acoso” ha sido una buena opción para disminuir el número de víctimas, sin embargo, esta campaña fue enfocada hacia el transporte público, además que toma como prioridad a los casos en los que se puede hacer una denuncia formal que son solo cuando el acosador toca a la víctima.
- Muchas de las campañas no solo internas sino también en el exterior enfocaron sus campañas en la mujer y no en el hombre de quien nace todo este tipo de comportamientos.
- El proceso creativo se realizó de forma que el público objetivo se identifique, por ejemplo, en el estilo gráfico, siendo este no muy infantil, ni tampoco muy serio.
- Se logró una animación entendible y que comunique el mensaje que se buscó desde el inicio del proyecto, que era conocer la gravedad de la problemática y conseguir también una empatía de ambos géneros.

- La animación consigue que se observe un problema social desde otra perspectiva, además que agrada e interese más al espectador.

5.2. Recomendaciones

- Implementar campañas de educación a nivel transgeneracional, a fin de disminuir y evitar actividades de acoso callejero en la sociedad.
- Reprimir, y no solo a través de campañas eventuales, el desarrollo de estas actividades a través de políticas públicas que otorguen una mayor seguridad a personas de género femenino en espacios públicos.
- Elaborar planes, programas y proyectos que tengan una aplicación y seguimiento continuo, enfocados en públicos que sean de alto impacto para la problemática, a fin de dirigirse a ellos a través de mensajes y activos multimedia específicos que puedan disminuir los datos cuantitativos que reflejan el problema social del acoso callejero.
- El conocimiento de los diferentes softwares fue vital para la realización de la animación, sin embargo, es recomendable investigar a profundidad también diferentes opciones no conocidas para la realización no solo de animación 2D, sino también pintura digital, fotografía, diseño, entre otros.
- Es aconsejable que se tenga referencias de animaciones que atraigan y conmuevan al animador, ya que, al conectar diferentes ideas existentes, se puede conseguir nuevas propuestas para otros proyectos. Siempre debe resaltar la marca personal, de esta forma se atraerá al espectador.

REFERENCIAS

- 80 cortometrajes para educar en valores. (03 de mayo de 2018). *Educación tres punto cero*. Recuperado de <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/familias-2/cortometrajes-educar-en-valores/16455.html>
- Acosta, C. (11 de noviembre de 2014). 5 cortometrajes de Pixar con sentido social. *Expoknews*. Recuperado de <https://www.expoknews.com/5-cortometrajes-de-pixar-con-sentido-social/>
- Alonso, M., y Pereira, M. (2000). El cine como medio-recurso para la educación en valores. Un enfoque teórico y tecnológico. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (5), 127-147.
- Arancibia, J., Billi, M., y Guerrero, M. (mayo, 2017). ¡Tú 'piropo' me violenta! Hacia una definición de acoso sexual callejero como forma de violencia de género. *Revista Punto Género*, (7), 112-137. Recuperado de <https://revistapuntogenero.uchile.cl/index.php/RPG/article/view/46270/48272>
- Arancibia, J., Billi, M., Guerrero, M., Bustamante, C., Molina, M., y Saavedra, P. (2015). Acoso sexual callejero: Contexto y Dimensiones. *Observatorio contra el Acoso Callejero Chile*, 1-26. Recuperado de <http://www.ocac.cl/wp-content/uploads/2016/09/Acoso-Sexual-Callejero-Contexto-y-dimensiones-2015.pdf>
- Baptista, B. (Productor). (2009). *Retrocycling robot* [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Z3r73jc1AOE>
- Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Catedra.

- Bergeron, B., Viau, L., y Chevé, P. (Productores). (2009). *French Roast* [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=uaCLb2pkfic>
- Billi, M., Arancibia, J., Guerrero, M., y Torrealba, F. (29 de noviembre -04 de diciembre de 2015). Género, feminismos y sus aportes a las ciencias sociales. En M. Arnold del presidente del congreso (Presidencia). *ALAS*. Simposio o conferencia llevado a cabo en el congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Costa Rica.
- Bolaños, J. (19 de octubre de 2017). Acoso sexual: ¿Cuándo y cómo se produce?. *Extra*. Recuperado de <http://www.extra.ec/actualidad/acososexual-abusos-denuncias-valores-mujeres-CH1779602>
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Editorial Anagrama, S.A.
- Brunner, J. J. (2000). Educación: escenarios de futuro. Nuevas tecnologías y Sociedad de la información. *Programa Promoción de la Reforma Educativa en América Latina y el Caribe (PREAL)*, (16), 1-51. Recuperado de <http://www.brunner.cl/?p=348>
- Bustos, P. (13-15 septiembre de 2010). El cine como herramienta eficaz para un aprendizaje concreto, activo y reflexivo: una experiencia en el aula. En A. Marchesi del presidente del congreso (Presidencia). *Metas 2021*. Simposio o conferencia llevado a cabo en el Congreso Iberoamericano de Educación, Buenos Aires, Argentina.
- Campos, M. (2018). *Acoso Sexual a la mujer en el Ecuador: Situación actual, casos y regulaciones* (Tesis de pregrado). Universidad de Las

Américas, Quito, Ecuador.

Castañeda, M. (2007). *El machismo invisible*. Ciudad de México, México: Penguin Random House.

Consejos para aprender a defenderse del acoso callejero. (11 de mayo de 2016). *VICE*. Recuperado de https://www.vice.com/es_mx/article/dpbx9m/asi-es-un-taller-feminista-para-aprender-a-defenderse-del-acoso-callejero

Contreras, K. (2015). *Acoso sexual callejero: el trasfondo que oculta*. Recuperado de http://www.academia.edu/9370551/Acoso_callejero_ENSAYO

Cortometraje animado "Afterwork" continúa cosechando éxitos. (15 de febrero de 2018). *La hora*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/1102135971/cortometraje-animado-afterwork-continua-cosechando-exitos>

Cuidateplus. (s.f.). Testosterona. Recuperado de <https://cuidateplus.marca.com/sexualidad/diccionario/testosterona.html>

Cuenca, C. (septiembre, 2013). El acoso sexual en el ámbito académico. Una aproximación. *RASE*, 6(2), 426-427.

Dufilho, K., y Lasseter, J. (Productores). (2000). *For the birds* [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=T63MCogI4sM>

El acoso: algunas de sus causas y consecuencias. (2003). *Biblioteca en línea Watchtower*. Recuperado de <https://wol.jw.org/es/wol/d/r4/lp-s/102003602>

- El caso de acoso que impacta a Argentina. (11 de mayo de 2017). *Deutsche Welle*. Recuperado de <http://www.dw.com/es/el-caso-de-acoso-que-impacta-a-argentina/a-38806742>
- El cine como medio educativo. (s.f.). *Sites Google*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/peliculasycinedearte/home>
- Escamilla, M. J. (abril, 2017). 3 razones por las que los hombres ven a otras. *En pareja*. Recuperado de <https://www.enpareja.com/romance/3-razones-por-las-que-los-hombres-ven-a-otras--20170412-0025.html>
- Gil-Verona, J. (2002). Diferencias sexuales en el sistema nervioso humano. Una revisión desde el punto de vista psiconeurobiológico. *Redalyc*, (3), 352-353. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/337/33730209/>
- Grant, C. (1993). Acoso callejero y la marginación informal hacia las mujeres. *Harvard Law Review*, (106), 517-580. Recuperado de <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1141&context=facpub>
- Iglesias, P. (2003). *Mujer y Salud: Las escuelas de medicina de mujeres de Londres y Edimburgo* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España
- Kezelos, C. (Productor). (2010). *Zero* [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mBfjNRdY4dl>
- Lampert, M. (octubre, 2016). Acoso Callejero. *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. Recuperado de https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/23607/1/BCN%20Acoso%20Callejero_final.pdf

La lucha contra el acoso sexual marcha sobre ruedas en Ecuador. (13 de marzo de 2018). *El telégrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/la-lucha-contr-el-acoso-sexual-marcha-sobre-ruedas-en-ecuador>

Las alertas por acoso en el transporte de Quito disminuyen. (25 de julio de 2017). *El comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/alertas-acoso-mujeres-bus-quito.html>

Las mujeres como objetos sexuales, ¿Por qué las vemos así?. (27 de julio de 2012). *El español*. Recuperado de <https://omicrono.elespanol.com/2012/07/las-mujeres-como-objetos-sexuales-por-que-las-vemos-asi/>

Ley orgánica integral para la prevención y erradicación de la violencia de género contra las mujeres. Registro oficial N° 175, Asamblea Nacional Constituyente, Quito, Ecuador, 05 de febrero de 2018.

Michelle, J. (2012). Sobrevivir al acoso cibernético. Kidshealth. Recuperado de <https://kidshealth.org/es/teens/cyberbullying-esp.html>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (09 de junio de 2016). *La animación ecuatoriana se desarrolla entre logros y reconocimientos internacionales*. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/la-animacion-ecuatoriana-se-desarrolla-entre-logros-y-reconocimientos-internacionales/>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador (MREMH). (2018). *Política para la igualdad de género*. Recuperado de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp->

content/uploads/2018/02/politica_para_la_igualdad_de_genero_2018.pdf

Morales, L. (2016). *Acoso sexual en lugares públicos de Quito: retos para una "ciudad segura"*. doi: 10.17141/19.2016.2425.

Muñoz, G. (11 de abril de 2016). Mujeres son víctimas de acoso callejero desde los nueve años. *Prensa libre*. Recuperado de <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/mujeres-comienza-a-ser-victimas-de-acoso-callejero-desde-los-nueve-aos>

Muñoz, R. (12 de diciembre de 2016). Acoso callejero: ¿qué medidas toma América Latina?. *Deutsche Welle*. Recuperado de <http://www.dw.com/es/acoso-callejero-qu%C3%A9-medidas-toma-am%C3%A9rica-latina/a-36742637>

Nielsen, L. (2000). Situating Legal Consciousness: Experiences and Attitudes of Ordinary Citizens about Law and Street Harassment. *Law & Society Review*, (34), 1055-1090. doi: 10.2307/3115131

Observatorio contra el acoso callejero (OCAC). (s.f.). *1era encuesta de Acoso Callejero*. Recuperado de <https://www.ocac.cl/1era-encuesta-de-acoso-callejero/>

Observatorio contra el acoso callejero- Chile. (s.f.). *Acoso sexual callejero*. Recuperado de <https://www.ocac.cl/que-es/>.

Patronato San José. (13 de marzo de 2017). *Quito cuenta con la primera Plataforma Móvil para reportar casos de acoso sexual en el transporte público*. Recuperado de <https://www.patronato.quito.gob.ec/noticias/287-quito-cuenta-con-la-primer-plataforma-movil-para-reportar-casos-de-acoso-sexual-en->

el-transporte-publico.html

Pereira, M. C. (septiembre, 2005). Cine y Educación Social. *Revista de educación*, (338), 205-228.

¿Piropos en la calle? No, es acoso. (23 de febrero de 2015). *El nuevo diario*. Recuperado de: <https://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/342274-piropos-calle-no-es-acoso/>

Quito refuerza lucha contra acoso sexual en transporte público. (10 de septiembre de 2017). *La hora*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/quito/noticia/1102099108/quito-refuerza-lucha-contra-acoso-sexual-en-transporte-publico->

Reher, K. (Productor). (2010). *Day and Night* [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=q864EalnLvs>

Rodemann, H. (abril, 2015). Derechos en Conflicto: Una Ley Anti-Piropo en España. *ULE Revistas*. Recuperado de <http://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/1513/1394>

Stop Street Harassment. (s.f.). *Acoso sexual callejero*. Recuperado de <http://www.stopstreetharassment.org/wpcontent/uploads/2011/05/Qu%C3%A9-es-el-acoso-callejero.pdf>

Stop Street Harassment. (2015). *What is Street Harassment*. Recuperado de <http://www.stopstreetharassment.org/about/what-is-street-harassment/>

Tiene Media sanción una ley para prevenir y castigar el acoso callejero, 2016.

(11 de diciembre de 2017). *UNO*. Recuperado de <https://www.diariouno.com.ar/mendoza/tiene-media-sancion-una-ley-prevenir-y-castigar-el-acoso-callejero-20161212-n1300773.html>

Tipificación del acoso callejero como delito “alimenta una lógica de violencia”. (06 de abril de 2018). *Sputniknews*. Recuperado de <https://mundo.sputniknews.com/americalatina/201804061077673493-acoso-callejero-violencia-de-genero/>

Torres, D. (20 de agosto de 2017). Acoso callejero: El cine como arma de denuncia social. *Cuarto poder*. Recuperado de <https://www.cuartopoder.es/cultura/2017/08/20/david-torres-el-cine-como-arma-de-denuncia-social-i/>

Un. (s.f.). *What is Sexual Harassment*. Recuperado de <http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/whatish.pdf>

Vásquez, G. Sarramona, J., y Colom, A. (1998). *Educación no formal y otros conceptos próximos*. Barcelona, España: Editorial Ariel.

Vásquez, J. (2017). *Percepciones sobre el acoso sexual callejero en la Universidad de Cuenca, 2015-2016* (Tesis de maestría). Universidad de Cuenca, Ecuador.

Vázquez, P. (2017). Presencia de la violencia machista como denuncia social en la animación infantil “Agallas, el perro cobarde”. *Revista especializada en periodismo y comunicación*, (1), 308-405.

Villagómez, P. S. (2015). *Estudio comunicacional de campañas sociales para la erradicación del acoso callejero* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

Zambrano, M. (junio, 2015). Una aproximación económica al acoso sexual callejero a mujeres en Guayaquil. *Compendium*, (2). 47-50.

Zurbano, B., Liberia, I., y Bouchara, A. (2016). Acoso sexual callejero y estrategias comunicativas. Un análisis comparado entre España y Marruecos. *Comunicación. Medios & Consumo*, (13), 138-159. doi: 10.18568/1983-7070.1337138-159

ANEXOS

ANEXO 1 - ENCUESTA

Datos generales

1. ¿Entre qué rango de edad está usted?

- 15 - 25
- 25 - 35
- 35 - 45
- 45 - 55

2. ¿Cuál es su principal ocupación?

- Estudios de educación superior
- Estudios de educación secundaria
- Trabajadora
- Ama de casa
- Otra

Acoso callejero

3. ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de acoso callejero en las calles o medios de transporte?

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta N. 4, si su respuesta es **NO**, usted ha terminado la encuesta.

- Si
- No

**4. ¿Cuál de las siguientes formas de acoso callejero ha sido víctima?
Puede seleccionar varias respuestas**

- Silbidos u otros sonidos

- Miradas morbosas
- Piropos suaves
- Piropos agresivos (referentes al acto sexual o al cuerpo)
- Acercamiento intimidante
- Punteos (Presión de genitales contra su cuerpo)
- Manoseo (genitales, senos, nalgas)
- Masturbación por parte del victimario
- Violación

5. ¿Con qué frecuencia ha sufrido algún tipo de acoso?

- Una vez al día
- Varias veces al día
- Una vez a la semana
- Algunas veces por semana
- Una vez al mes
- Varias veces al mes
- Otra

6. En general, ¿qué reacción tuvo al momento de ser acosada? Puede seleccionar una o varias respuestas

- Veo a la persona con enojo o realizó una expresión de disgusto
- No tengo alguna reacción, me quedo atónita
- Huyo rápidamente
- Le pido que deje de acosarme o le insulto
- Lo ignoro, no le doy importancia
- Aviso a la gente de mi alrededor
- Lo agredo físicamente
- Otra

7. ¿Dónde ha sufrido comúnmente acoso callejero? Puede seleccionar una o varias respuestas

- Vía pública
- Transporte público
- Espacio abierto (ej. parque, plaza)
- Espacio cerrado (ej. discoteca, supermercado)
- Otra

8. ¿Qué sintió al momento de ser acosada? Puede seleccionar una o varias respuestas

- Ira
- Asco
- Confusión
- Culpa
- Miedo
- Inseguridad
- Otra

Campaña #Bájale al acoso

9. ¿Tiene conocimiento sobre la campaña #BÁJALE AL ACOSO?

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta N. 10, si su respuesta es **NO**, usted ha terminado la encuesta.

- Si
- No

10. ¿Notó un cambio de forma positiva en la problemática después de la realización de la campaña?

- Si
- No

11. ¿Alguna vez denunció algún tipo de acoso callejero por medio de mensaje de texto al 6367 con la palabra ACOSO?

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta N. 12, si su respuesta es **NO**, usted ha terminado la encuesta.

- Si
- No

12. ¿Las autoridades tomaron medidas para la captura del acosador?

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta N. 13, si su respuesta es **NO**, usted ha terminado la encuesta.

- Si
- No

13. ¿Se procesó el caso de acoso callejero por parte de las autoridades?

- Si
- No

ANEXO 2 – PREGUNTAS DEL GRUPO FOCAL

1. ¿Qué es y qué conlleva para ti el acoso callejero y qué piensas acerca del tema?
2. En base a tu experiencia, ¿has visto o presenciado acoso callejero? ¿Qué piensas sobre eso?
3. ¿Has visto alguna mujer en la calle que te parece linda o atractiva? ¿Qué reacción provoca en ti? ¿te limitas a observarla o buscas tener algún contacto de alguna forma?
4. ¿Piensas que el acoso callejero es una problemática social o es algo normal?
5. ¿Si estuviera en tus manos cambiar esta problemática que harías?
6. ¿Conoces la campaña #BájalealAcoso, crees que ha tenido resultados esta campaña en el género masculino?

