

fa nm

Colección de indumentaria como interfaz de comunicación de carácter activista, que permite visibilizar e informar sobre los conflictos que enfrentan las mujeres haitianas en Chile.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador

Autora
Marion Sayado Cifuentes

Profesor Guía
Patricio Pozo

Julio 2019
Santiago, Chile

Fanm: Colección de indumentaria como interfaz de comunicación de carácter activista



fa nm

**Colección de indumentaria como interfaz
de comunicación de carácter activista,
que permite visibilizar e informar sobre
los conflictos que enfrentan las mujeres
haitianas en Chile.**

Autora
Marion Sayado Cifuentes

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia
Universidad Católica de Chile para optar al título
profesional de Diseñador

Profesor Guía
Patricio Pozo

Julio, 2019
Santiago, Chile



DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ESTUDIOS URBANOS
ESCUELA DE DISEÑO

Dedicado a mi madre,
Que estaría orgullosa a pesar de todo

Contenidos

8	Introducción
10	Marco Teórico
	I.
11	Activismo
12	1. Activismo
12	1.1 Definición de activismo
13	2. Diseño Activista
13	2.1 Activismo gráfico
13	2.2 Fashion activism o activismo de moda
	II.
15	Fenómeno Migratorio
16	1. Migración
16	1.1 Definición del fenómeno migratorio y terminologías
17	1.2 Tipos de Migración
18	2. Migración en Chile
18	2.1 Contexto y marco institucional de la migración en Chile
18	2.2 Caracterización sociodemográfica de la migración internacional en Chile
21	3. La inmigración haitiana en Chile
21	3.1 Aspectos e implicaciones en torno a la inmigración haitiana: discriminación y racismo
22	3.2 Racismo en Chile
23	3.3 Racismo en contra de la comunidad haitiana
23	3.4 Mujeres haitianas como doble minoría
	III.
27	El diseño gráfico y la indumentaria como interfaz de comunicación y soporte para el activismo político y social
28	1. Diseño gráfico como vehículo para generar cambios sociales
30	2. La indumentaria como soporte para el activismo político y social e interfaz de comunicación para la propagación de ideas
30	2.1 La comunicación a través del vestir
31	2.2 La indumentaria y la protesta social y el caso de la camiseta como banner político
32	2.3 Antecedentes de diseñadores y colecciones de indumentaria activista

36	2.4 Antecedentes de diseñadores y de indumentaria como interfaz de comunicación
IV.	
39	El diseño suizo y la tipografía
40	1. El lenguaje gráfico del diseño suizo y el rol de la tipografía
40	1.1 Características del Estilo Internacional
42	2. Josef Müller-Brockmann
V.	
45	Proyecto
47	Oportunidad de diseño
47	1. Descripción
	Qué, Por qué, Para qué, Cómo
48	1.1 Propósitos del Proyecto
	Objetivo general
	Objetivos específicos
48	1.2 Contexto
48	1.3 Identificación de interacciones críticas
50	1.4 Usuario
50	1.4.1 Perfil del usuario
51	2. Referentes y Antecedentes del proyecto
51	2.1 Internacionales
55	2.2 Locales
56	3. Definición del proyecto
56	3.1 Definición de la colección
57	4. Desarrollo
57	4.1 Primeras aproximaciones
59	4.2 Apuesta gráfica
59	a) Lenguaje gráfico
60	b) Tipografía
61	c) El uso de la grilla
62	d) Colores
63	5. Proceso de Diseño
63	5.1 Descripción de la primera colección
63	5.2 Diseño de las gráficas
70	5.3 Incorporación de la paleta de colores
72	5.4 Identidad de marca

72	5.4.1 Naming
72	5.4.2 Logotipo y aplicación de la Identidad
73	6. Colección final
	6.1 Aspectos técnicos de la colección final
86	7. Fanm en uso
88	8. Implementación
88	8.1 Impacto del proyecto
89	8.2 Business model canvas
90	8.3 Estrategia de financiamiento y costos de producción
91	8.4 Difusión.
93	9. Conclusiones y Proyecciones del proyecto
	VI.
97	Bibliografía
	VII.
103	Anexos
104	Entrevistas

Introducción

“Durante mucho tiempo, los gráficos han desempeñado un papel importante como herramienta social: generan conciencia, aplican una crítica y, en última instancia, provocan cambios”.

— Liz McQuiston¹

Por su estabilidad política y económica, durante los últimos años Chile se ha convertido en el nuevo hogar de miles de inmigrantes, que han arribado al país atraídos por la ilusión de un futuro promisorio, en busca de refugio, oportunidades y un nuevo comienzo. Con la llegada al país de estos extranjeros, se han evidenciado diversos desafíos y problemáticas sociales latentes como lo son la xenofobia y el racismo, escenarios que abren la puerta al odio y la discriminación hacia estos grupos humanos, sobre todo hacia aquellos de piel negra, como lo es la comunidad haitiana.

Los medios de comunicación por su parte muchas veces contribuyen a generar estos prejuicios dentro de la sociedad, ya que alarman con comentarios como que el número de inmigrantes de esta comunidad solo crece día a día, que abandonan su país por la crisis política y la pobreza, sólo mostrando los aspectos negativos de los antecedentes de estas personas. ¿Qué sabemos realmente sobre esta comunidad? ¿Qué sienten o piensan? Todo lo que creemos conocer, muchas veces es una percepción distorsionada de la realidad.

Como se expondrá en este documento, Chile, a pesar de ser un país que está trabajando en pos de la migración, está lejos aún de ser un país inclusivo. Muy por el contrario, analizando el trabajo de diversas instituciones y organizaciones en temáticas migratorias, se da cuenta de que estos trabajan en pro de los migrantes y para ellos, pero no necesariamente en conjunto con ellos. Muchas veces, se articulan acciones donde el actor principal -el inmigrante- sobre todo aquel que se encuentra en una situación de vulnerabilidad mayor, no está presente durante el proceso de trabajo.

Dado que efectivamente, cada vez hay más personas de color provenientes de Haití en el país, y al mismo tiempo también se intensifica la intolerancia de algún porcentaje de la sociedad, surge la inquietud de realizar un aporte a esta cuestión desde la disciplina del diseño. La investigación que se realizó durante el proyecto tuvo como conclusión que, en efecto, en Chile no existen plataformas que permitan una representación activa de la comunidad haitiana, en especial de las mujeres, una parte de la comunidad que es doblemente víctima de prejuicios, por ser mujer y por ser migrante de color.

Fanm se define como un proyecto de articulación directamente con mujeres haitianas, que busca, mediante sus testimonios personales, visualizar sus experiencias e informar los conflictos que enfrentan en el país. Por otra parte, se propone el uso de la indumentaria como una interfaz de comunicación, donde la prenda ya no sólo satisface la necesidad de cubrir y proteger el cuerpo, sino que es una portadora de mensajes que

1. Traducción realizada por la autora

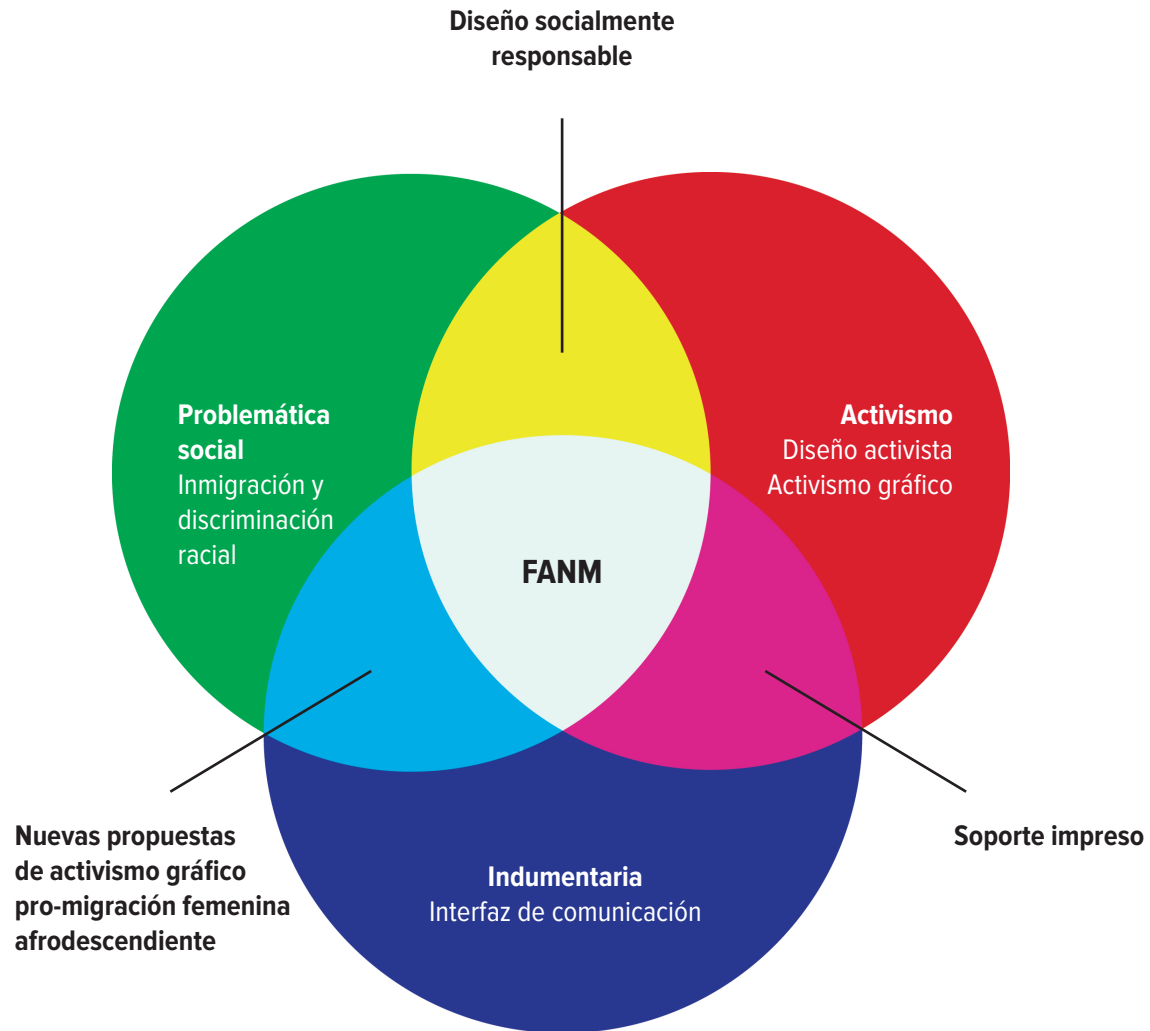
busca comunicar, empoderar y dar voz a esta comunidad. Así, el diseño adquiere un rol social y activista que tiene el potencial de ayudar a lidiar con problemáticas sociales contemporáneas.

En el transcurso de este documento, se revisarán diversos casos y ejemplos en los que el diseño y sus variadas ramas, específicamente el diseño gráfico y de indumentaria, han servido como un gestor y una interfaz para llevar mensajes que han contribuido en un cambio de mentalidad frente a ciertas situaciones problemáticas, o han actuado bajo una perspectiva activista frente a diversos conflictos políticos y/o sociales mundiales.

Además, se investiga sobre el uso de la tipografía en el diseño, como imagen con capacidad para entregar mensajes potentes, específicamente en el estilo tipográfico universal, un diseño que se caracteriza porque la actividad se inserta en un contexto social, donde al profesional se le permite entregar un mensaje al usuario claramente definido, y cuyo principio fundamental fue la responsabilidad frente al usuario de comunicar la verdad.

Finalmente, este documento describe todo el proceso detrás de la primera colección de camisetas de Fanm, el cual fue desarrollado durante el primer semestre del año 2019. Se muestra el trabajo detrás de cada pieza, el contenido y los mensajes, el desarrollo de las propuestas gráficas, el logotipo, el lookbook de la colección, etc. De esta manera se exponen los pasos a seguir para la creación de una colección de indumentaria activista, considerando todas las variables dentro del curso del proyecto.

Ámbitos de intervención



I. Activismo

1. Activismo

1.1 Definición de Activismo

Para comprender qué implica el fenómeno y como una primera aproximación al término activismo, es necesario definir el significado etimológico de la palabra. De acuerdo con el diccionario, Activismo viene del sufijo -ismo (utilizado para formar sustantivos que pueden designar doctrinas, sistemas, movimientos, actitudes, escuelas, actividades deportivas [RAE, 2001]) sobre la palabra “activo” y esta del latín “*activus*” que quiere decir, relativo a lo llevado a cabo. De acuerdo con la Real Academia Española, el término Activismo se define como “*la dedicación intensa a una determinada línea de acción en la vida pública*”.

Jordan (2002) propone que el activismo consiste en algo hecho por personas juntas, solidarizando en conjunto sea por una emoción, una opinión, etc. que los mueve hacia la transgresión (es decir, personas juntas en el sentido de una identidad compartida).

Pero el término parece ser más amplio. Fuad-Luke (2009) afirma:

Como nuestras economías industriales y sociedades concurrentes se han metamorfoseado en economías ‘posindustriales’, de ‘consumidor’ y ‘conocimiento’ las expresiones de activismo han tomado formas más pluralistas, ayudadas e instigadas por las plataformas de comunicación y tecnologías de la información (TIC), especialmente Internet. Los activistas, es decir, quienes realizan el activismo, pueden pertenecer a lo social, movimientos ambientales o políticos que están localizados o distribuidos, y que son basados en acciones colectivas y / o individuales. Otros activistas se orientan alrededor de grupos de intereses especiales reunidos en torno a problemas específicos con un enfoque antropocéntrico (por ejemplo, SIDA, anti-abortistas provida, anti-guerra, derechos de los padres, el feminismo, la lucha contra la pobreza), mientras que otros adoptan un enfoque más biocéntrico (por ejemplo, derechos de los animales, ecologistas, energía antinuclear). (p.5)²

Para efectos de este proyecto de título, se trabajará el activismo con enfoque antropocéntrico, que, en este caso, se centrará en el trabajo con mujeres migrantes afrodescendientes y el activismo anti-racista, ya que, con la llegada al país de estos extranjeros, se han evidenciado problemáticas sociales latentes como lo son el racismo y la xenofobia, escenarios que abren la puerta al odio y a la discriminación de estos grupos humanos.

2. Diseño activista

“El activismo del diseño consiste en utilizar el increíble poder de la comunicación visual como una herramienta para lograr una transformación positiva en el mundo”

— Puck Van Dijk³

Una definición preliminar del diseño activista (design activism) es de acuerdo con Fuad-Luke (2009) “Design Thinking, imaginación y práctica aplicada a sabidas o sin saberlo, a crear una contra-narrativa dirigida a generar y balancear cambios positivos en el aspecto social, institucional, ambiental y/o económico.” En otras palabras, es un diseño que se caracteriza por ser socialmente activo, con el potencial de poder ayudar a lidiar con cuestiones sociales contemporáneas.

Dentro del espectro del Diseño Activista, hay dos tópicos a los que se atenderá este proyecto de diseño: El *activismo gráfico* y el *fashion activism*, o activismo de moda.

1.1 Definición de Activismo

Bajo la perspectiva de diseño socialmente activo, es necesario incorporar la visión de Rubiano (2015) que entiende y define el activismo gráfico primeramente como diseño visual e implica que “como el diseño visual comunica y, por lo tanto, es social, la clave tal vez esté en la noción de responsabilidad”. Así limita su objeto de estudio y señala que “el diseño socialmente responsable es un diseño comprometido y el compromiso es político”. Eso permite descartar muchas variaciones de diseños autoproclamados como “responsables”. Así, entenderemos en esta reflexión al diseño visual socialmente responsable en su variante denominada “activismo gráfico”. La idea de activismo nos remite a una práctica específica del diseño visual: un diseño que pretende transformar una situación social” y menciona dos objetivos y propósitos con que decidió atenerse a trabajar: 1) Concientizar al público sobre una situación problemática y 2) Movilizar a la ciudadanía en torno a alguna causa.

2.2 Fashion activism o activismo de moda

De acuerdo con los estudiosos, el activismo de la moda o en inglés, Fashion activism, es la práctica de usar la moda como un medio de cambio social. Combina estilos populares de vestimenta, desde ropa y zapatos, hasta artículos para la cabeza y accesorios, con esfuerzos para implementar cambios sociales y políticos. El Fashion activism puede usarse como forma de protesta, ya sea expresando disidencia o apoyo.

³. Traducción realizada por la autora

II. Fenómeno Migratorio

1. Migración

1.1 Definición del fenómeno migratorio y terminologías

Las migraciones son un fenómeno complejo, creciente en Latinoamérica, y durante los últimos años, también en Chile. De acuerdo con la RAE, se definen como desplazamientos de una persona o un grupo de personas, bien a través de una frontera internacional (migración internacional) o bien dentro del territorio de un Estado (migración interna). En la mayoría de los casos, estos movimientos migratorios están influidos por factores económicos, laborales, una búsqueda de bienestar social, de mejores condiciones en educación, salud, entre otros. Las migraciones humanas han sido un fenómeno constante a lo largo de la historia de la humanidad y los movimientos migratorios han configurado a las sociedades en las que vivimos, todas han sido, y/o son, en el algún momento, sociedades emisoras o receptoras de migrantes.

Según la definición de la UNESCO, las migraciones son “desplazamientos de la población de una delimitación geográfica a otra por un espacio de tiempo considerable o indefinido” (citado en Blanco, 2000). A su vez, la OIM define la expresión migración como el “movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos”.

Considerando estos significados, de acuerdo con Jackson (1986) citado por Blanco (2000) se plantea que hay tres dimensiones que posibilitan que un desplazamiento humano sea considerado migración:

a) Dimensión Territorial o Espacial: El desplazamiento se tiene que producir entre dos delimitaciones geográficas significativas.

b) Dimensión Temporal: El desplazamiento debe ser por una determinada duración de tiempo, y no esporádico, adquiriendo características de permanencia.

c) Dimensión Social: El desplazamiento tiene que suponer un cambio significativo, ya sea en el entorno tanto como en lo económico, cultural, político y social.

Desde este punto de vista, se puede considerar que la definición de migración concentra todo desplazamiento o movimiento que suponga para el sujeto un cambio de entorno político-administrativo, social y/o cultural relativamente duradero en el tiempo; y que, por consecuencia, conlleva también la interrupción de actividades en un determinado lugar geográfico y su reorganización vital en otro.

De acuerdo con diversos autores, el proceso migratorio debiera entenderse como una serie de etapas o fases complejas que implica a personas (los/las migrantes y sus familias), a sociedades (la de origen y la de recepción); y que posee múltiples magnitudes y consecuencias.

Para efectos de este proyecto se entenderá la migración como un proceso sobre todo

social; complejo y extenso que implica tanto al sujeto migrante como a la nueva sociedad en la que este se inserta.

1.2 Tipos de Migración

De acuerdo con el glosario sobre migración de la OIM (2006) existen diversas tipologías de migración entre las que se encuentran:

a) Migración forzada: Este concepto “se utiliza para describir un movimiento de personas en el que se observa la coacción, incluyendo la amenaza a la vida y su subsistencia, bien sea por causas naturales o humanas. (Por ejemplo, movimientos de refugiados y de desplazados internos, así como personas desplazadas por desastres naturales o ambientales, desastres nucleares o químicos, hambruna o proyectos de desarrollo)” (OIM, 2006).

b) Migración voluntaria: es aquella mediante la cual el sujeto se moviliza por voluntad propia sin presiones externas.

c) Migración temporal: implica una movilidad por un tiempo específico o determinado después del cual se produce un retorno al lugar de origen.

d) Migración espontánea: es un movimiento de personas o grupo de personas que inician y realizan sus planes de migración, sin asistencia. Por lo general, esta migración es causada por factores negativos en el país de origen y por factores atractivos en el país de acogida; se caracteriza por la ausencia de asistencia del Estado o de cualquiera otro tipo de asistencia nacional o internacional.

e) Migración interna: movimiento de personas de una región a otra en un mismo país con el propósito de establecer una nueva residencia. Esta migración puede ser temporal o permanente. Los migrantes internos se desplazan en el país, y permanecen en él. (Por ejemplo, movimientos rurales hacia zonas urbanas).

f) Migración internacional: movimiento de personas que dejan su país de origen o en el que tienen residencia habitual, para establecerse temporal o permanentemente en otro país distinto al suyo. Estas personas para ello han debido atravesar una frontera. Si no es el caso, serían migrantes internos.

Es esta última la más relevante para el trabajo que se realizará para este proyecto de título. La migración internacional implica, además del cruce de una o varias fronteras internacionales, que sujetos de otras nacionalidades, de diversas razas y etnias lleguen a asentarse a un país y a insertarse a una sociedad receptora que no necesariamente los aceptará ni esperará con los brazos abiertos. En Chile, son diversos los grupos migratorios que han ingresado al país en búsqueda de una mejor vida. A continuación, se expondrá el panorama de la inmigración en nuestro país y algunos aspectos en torno a esta.

2. Migración en Chile

2.1 Contexto y marco institucional de la migración en Chile

Cada año, el mundo experimenta una gran cantidad de desplazamientos de personas. Chile no es la excepción. Pedemonte y Dittborn (2016) citando a diversos autores, plantean que la migración hacia Chile ha aumentado desde los años noventa, especialmente desde el año 1995. Sin embargo, es el año 2001 el que establece un precedente, con diversos procesos internacionales que posicionan a Chile como uno de los principales países de destino de movimientos de población en el convenio sudamericano. Respecto a esto, Pedemonte y Dittborn (2016) plantean:

“por un lado, la securitización de las fronteras en el primer mundo por la amenaza terrorista del 11-S y, por otro, la profunda crisis económica y política del principal destino migratorio del Conosur, Argentina. Siguiendo la tendencia internacional al alza de la migración sur-sur, la migración latinoamericana a Chile se ha cuadruplicado en números absolutos desde el fin de la dictadura cívico-militar hasta hoy (INE, 2015); pero desde el año 2001 se enfatizan ciertas particularidades, como una fuerte presencia femenina, indígena y, más recientemente, afrodescendiente. Si bien estos flujos estarían marcados por motivaciones laborales, en muchos casos se trata hoy de una migración forzada por contextos de origen golpeados por la violencia social y estructural, que busca en Chile cierta estabilidad política y económica que -aparentemente- los países vecinos y los propios países de origen no estarían brindando.” (p.5)

Respecto a esta misma situación, en el informe *Características de la inmigración internacional en Chile, Censo 2017* del INE (2018) se afirma que:

“la población inmigrante internacional en el país siguió creciendo, situándose en 187.008 residentes en 2002, lo que representaba 1,3% del total de la población residente y con declaración en lugar de nacimiento y de residencia habitual. Finalmente, se evidencia que el censo con mayor cantidad de inmigrantes internacionales es el de 2017 con 746.465 personas nacidas en el extranjero que declararon ser residentes habituales del país, cifra que representa un 4,4% respecto de la población residente en el país”. (p.17)

Acoger de manera inclusiva a estos nuevos flujos migratorios ha representado sin duda alguna un desafío cultural y por, sobre todo, institucional y político para el país. De este modo, es necesario caracterizar demográfica y socioeconómicamente a estas migraciones para comprender completamente este fenómeno.

2.2 Caracterización sociodemográfica de la migración internacional en Chile

En Chile, es el Departamento de Extranjería y Migración el encargado de llevar los registros de los actos administrativos realizados por migrantes una vez que estos ingresan al país (solicitudes de permisos de residencia temporal o permanente, entre otros).

Pero, además, considerando que la inmigración ha ido cobrando cada vez más importancia para nuestro país, instituciones como el INE y su Subdepartamento de Demografía y Estadísticas Vitales han realizado estudios centrados en la caracterización sociodemográfica para el análisis y difusión de información demográfica del país. De esta manera, gracias al Censo 2017 fue posible “caracterizar y analizar a la población nacida en el extranjero, así como también describir tendencias pasadas y nuevas variables respecto a los flujos migratorios recientes en Chile” (Pattillo, 2018, p.3). De este estudio se puede desprender lo siguiente.

Perfiles sociodemográficos

- En el Censo 2017 se censaron efectivamente 784.685 personas nacidas en el extranjero, de los cuales 746.465 declararon ser residentes habituales en el país, mientras que 35.073 declararon que viven habitualmente en el extranjero y 3.147 no informaron su lugar de residencia.
- Las 746.465 personas nacidas en el extranjero y residentes habituales en Chile, considerados como inmigrantes internacionales representan el 4,4% de los 17.150.383 residentes habituales en Chile.
- Al 31 de diciembre de 2018, se estimaron 1.251.225 personas extranjeras residentes en Chile, de los cuales 646.128 son hombres y 605.097 son mujeres.

Distribución geográfica

- La población inmigrante internacional se concentra principalmente en la región Metropolitana. El 85% de la población de inmigrantes internacionales en Chile se concentra en 4 regiones, dos del norte y dos centrales, que en orden de prevalencia son: la Región Metropolitana (65,3%), Antofagasta (8,4%), Tarapacá (5,9%) y Valparaíso (5,4%).

Estructura de la población por sexo

- Otra de las características de la población inmigrante internacional en Chile es que las mujeres presentan una leve superioridad numérica con respecto a los hombres, alcanzando un 50,6% de la población inmigrante a nivel país, es decir, a nivel nacional hay 97,8 hombres inmigrantes internacionales por cada 100 mujeres inmigrantes internacionales.

Estructura de la población por edad

- Cerca del 60% de la población estimada se concentra entre los 20 y 39 años. Se destaca que la población de inmigrantes internacionales es una población menos envejecida que la población nativa con 3,6% y 11,8% de personas con 65 o más años, respectivamente.

Países de origen de los inmigrantes

- De acuerdo con datos entregados por el Departamento de Extranjería existen alrededor de 170 nacionalidades originarias de parte de las personas que han obtenidos sus permanencias definitivas en Chile durante los últimos 10 años. En la siguiente tabla se puede observar el número de personas estimadas según su lugar de nacimiento, al 31 de diciembre del 2018:

País de nacimiento	Número de Inmigrantes
Venezuela	288.233
Perú	223.923
Haití	179.338
Colombia	146.582
Bolivia	107.346
Argentina	74.713
Ecuador	36.994
España	21.147
Brasil	18.185
República Dominicana	17.959
Estados Unidos de América	16.337
Cuba	15.837
China	13.528
México	8.975
Alemania	8.515
Otro país	69.959

◀ **Fuente:** Estimación de Personas Extranjeras Residentes en Chile, INE Y DEM, 2018. Los datos excluyen a las personas que no declararon país de nacimiento.

- De el gráfico se puede desprender que Perú, que se había consolidado como la comunidad inmigrante más prevalente en los últimos 10 años, cede el primer lugar a la comunidad venezolana con un 23% del total de personas extranjeras residentes, que ahora se instala como predominante.

- El segundo colectivo que más aumenta en el periodo analizado es el haitiano, que alcanza un 14,3% del total de personas extranjeras. Posicionándose como la tercera comunidad más numerosa en el país.

Esta última es relevante para la presente investigación. La inmigración haitiana en Chile representa un tópico de escaso interés y tratamiento en la historia de la inmigración en nuestro país: la migración afrodescendiente. Esta inmigración implica la llegada de personas de piel negra al territorio, una minoría que, de acuerdo con Espinoza (2019) “es víctima de los mitos y la desinformación que presentan la migración de manera negativa, que se acentúa más aún si se entrelaza con la piel oscura”.

3. La inmigración haitiana en Chile

En los últimos años se ha producido un éxodo masivo de haitianos hacia Chile, sobre todo luego del terremoto de Haití de 2010. De acuerdo con el estudio *“haitianos en Chile: Integración laboral, social y cultural”* realizado por el Centro Nacional de Estudios Migratorios de la Universidad de Talca, “Chile presenta un aumento sostenido de la población migrante latinoamericana a la cual se le ha sumado la caribeña”. Dentro de esta, en los últimos años la cantidad de inmigrantes haitianos se ha incrementado, pasando a ser la tercera nacionalidad con más habitantes dentro del país, la cual según datos del INE (2018) corresponde a 179.338 inmigrantes. Esta comunidad vive preferentemente en la ciudad de Santiago, en comunas como Renca, Quilicura, Recoleta, Independencia, y Estación Central (T13, 2016). Es una de las migraciones que más ha crecido en Chile en los últimos años, pero a diferencia del resto de los inmigrantes latinoamericanos, los haitianos no son hablantes nativos de la lengua española y muchos de los que llegan al país no dominan el idioma, lo que ha generado una barrera del lenguaje y que esta comunidad doblegue los esfuerzos para integrarse a la sociedad. La llegada de este grupo inmigrante al país ha generado un panorama sociocultural mucho más diverso, frente al cual la sociedad chilena ha reaccionado mostrando cierta resistencia y manifestando algunas actitudes discriminatorias.

3.1 Aspectos e implicaciones en torno a la inmigración haitiana: discriminación y racismo

Según señala Blanco (2000) la existencia de diversidad cultural abre la puerta para enriquecer la comunidad, con dialogo multicultural y aceptación de la diferencia. Pero si pensamos en Chile como sociedad receptora de migrantes, vemos lo contrario: una percepción negativa del migrante y una falta apertura ante su llegada.

Tijoux y Córdoba (2015) también se refieren a la discriminación de la cual son víctimas los inmigrantes en Chile y declaran:

“la sociedad chilena reacciona negativamente a sus presencias, las instituciones los ignoran y los medios de comunicación publican constantemente su peligro, difundiendo estereotipos basados en mitos que estarían interrumpiendo las rutinas de la normalidad nacional. Los inmigrantes parecen entonces constituir la excepción construida por una política racializada que entiende a la “raza”, como un sistema de diferenciaciones hechas en su nombre. Es así como la inmigración deviene pura palabra no sujeta a su propio sentido, pues no contiene a todos los inmigrantes y señala únicamente a quienes ha armado para odiar, criticar y evaluar constantemente en razón de una “raza”, clase, color y sexo, que deja ver una ‘otredad’ negada.” (p.7-8)

En otras palabras, en Chile la inmigración es entendida como un concepto que aún las otredades excluidas de participar y de ser integradas a la sociedad, por venir de otro país y tener cierta raza. Sin embargo, no existe una gran diferenciación de las caracte-

rísticas de unos u otros migrantes, sino que términos como migrantes o raza aparecen como una construcción utilizada en un sentido peyorativo, para dar pie al odio o la crítica de ciertos grupos humanos y justificar políticas en desmedro de esta otredad excluida.

El racismo por su parte, entendido bajo la definición de la Real Academia Española, tiene dos interpretaciones: 1) es la exacerbación del sentido racial de un grupo étnico que suele motivar la discriminación o persecución de otro u otros con los que se convive y 2) ideología o doctrina política basada en el racismo. Como ideología, de acuerdo con Paris Pombo es:

“un sistema de representaciones que se materializa en instituciones, en relaciones sociales y en una organización peculiar del mundo material y simbólico. La discriminación es una de las prácticas que refleja más claramente el imaginario racista. Consiste en un trato diferencial hacia ciertos sectores sociales definidos por rasgos culturales, biológicos o fenotípicos, reales o imaginarios. A través de las prácticas discriminatorias, la ideología racista parece difuminarse en todas las instituciones sociales modernas: la vivienda, la escuela, la empresa, el sindicato, la policía, etcétera”. (p.292)

Para efectos de esta investigación, a pesar de que fueron descritas ambas acepciones de la palabra, se entenderá el racismo bajo la primera definición de la RAE y no como ideología racista, ya que hablar de racismo ideológico implica una estructuración del pensamiento y una cierta institucionalización, que en Chile sólo se presentan de forma superficial y desestructurada.

3.2 Racismo en Chile

El racismo en Chile se manifiesta principalmente como el rechazo y discriminación de aquellos inmigrantes de piel oscura o con ascendencia indígena, referido como “la negación de lo no-blanco” por Waldman (2004) que describe este fenómeno como:

“La continuada y violenta resistencia indígena en el sur del país, ligada al afincamiento de la conciencia liberal en una élite de historiadores e intelectuales liberales marcados por el positivismo y el evolucionismo europeo de mediados del siglo XIX, reforzó la oposición entre lo “blanco” y lo “no blanco” mediante la oposición entre “civilización o barbarie”. El discurso criollo, sustento de la identidad nacional, se construyó ya no a partir de una visión positiva del guerrero araucano, sino a partir de una visión del indígena como alguien flojo, borracho, sensual, apegado a la naturaleza y carente de un sistema religioso estructurado. El proceso de construcción de la identidad nacional se realizó, así, desde un ideario político, científico y académico en el cual se asociaba a Europa con connotaciones raciales de superioridad. Si bien el indígena era ensalzado como héroe mítico, la (permanente) resistencia indígena en el sur del país reforzaba la oposición entre “lo blanco” y “no blanco”, es decir, entre el hombre de rostro oscuro y piernas cortas, en contraposición con el blanco y civilizado. El término “indio” quedaba reservado, ciertamente, a los hombres y mujeres de la Araucanía, pero denotaba, al mismo tiempo, rasgos caracterológicos como violencia, pobreza, rebeldía, carencia de historia, etcétera”. (p.3-4)

Es por esta razón en particular, que las comunidades inmigrantes que más sufren de discriminación racial son aquellas de piel negra, específicamente la haitiana, que se ha conformado como uno de los grupos inmigrantes más predominantes del país. Estas comunidades se enfrentan a la concepción heredada desde tiempos coloniales, que asigna un valor y unas características a las personas según color de la piel, encontrándose en la parte menos favorecida de la escala: ya no es solo el indígena el no-blanco, sino también el inmigrante.

3.3 Racismo en contra de la comunidad haitiana

Rojas, Amode y Vásquez (2015) mediante un estudio etnográfico y la realización de entrevistas, se dieron cuenta que “el concepto de racismo es evitado generalmente por los haitianos, sin embargo, se identifican relatos explícitos sobre prácticas racistas por parte de la sociedad chilena” (p.229). Algunas de estas prácticas pueden ser insultos explícitos y otras veces se reconoce como un trato diferencial en la prestación de servicios. “Con todo, el racismo frente a los migrantes y en particular contra los migrantes haitianos la mayor parte de las veces no es del todo explícito. En línea con el desarrollo de un neorracismo, la discriminación cultural-racial identificada por los entrevistados, se expresa la mayor parte del tiempo como un racismo sutil”. (p.230)

Bustos y Espinoza (2018) por otra parte exponen que “con el aumento de población más significativo dentro de los grupos migrantes entre 2014 y 2017 –con más de un 4 mil por ciento de crecimiento– los haitianos han tenido que aprender a hacer frente a tres prejuicios discriminatorios que confluyen en la construcción de su supuesta identidad: la clase, la “raza” y el idioma”.

3.4 Mujeres haitianas como doble minoría

A pesar de que en general se ha observado una leve masculinización de las migraciones, en América Latina y en el mundo, cada día son más las mujeres que emigran en busca de mejores condiciones de vida, oportunidades laborales y recursos económicos. Diversos autores han señalado la presencia de una feminización en las migraciones, explicada desde distintas causas ya sean de orden económico, como de desplazamientos forzados, emancipación y libertad personal. En el caso de la inmigración haitiana no es diferente, y son muchas las mujeres que han llegado al país en búsqueda de mejores oportunidades. Como se mencionó anteriormente, conforme a Espinoza (2019) “en el caso de Chile, el panorama se ha contaminado de mitos y desinformación que presentan la migración de manera negativa, y que se acentúa más aún, si se entrelaza con ser mujer y de piel oscura”. De acuerdo con esto, Tijoux (2019) también sostiene que el ser mujer, en conjunto con ser migrante, ser pobre y tener piel oscura, constituyen categorías con las que una sociedad construye las diferencias que le permiten posteriormente racializar la discriminación, al entrelazar y organizar estas distintas categorías en una sola gran diferencia: la raza.

Por otra parte, es importante notar que el patrón anteriormente mencionado, en que el parámetro de la blancura otorga ciertas características positivas o negativas a las personas, también es posible de identificar aquí, pero operando de otro modo. De acuerdo con Tijoux, a partir de la racialización sobre las mujeres haitianas, se las sexualiza: se dice que son calientes, exuberantes, bellas, deseables, etc. generando dinámicas de rechazo o de atracción, pero no de aceptación.

Es por esta razón en particular, que las comunidades inmigrantes que más sufren de discriminación racial son aquellas de piel negra, específicamente la haitiana, que se ha conformado como uno de los grupos inmigrantes más predominantes del país. Estas comunidades se enfrentan a la concepción heredada desde tiempos coloniales, que asigna un valor y unas características a las personas según color de la piel, encontrándose en la parte menos favorecida de la escala: ya no es solo el indígena el no-blanco, sino también el inmigrante.

Estas etiquetas y características funcionan tanto en el ámbito social como en el cultural y el psicológico, pero se vinculan a la nacionalidad, al sexo y al color de piel y no a características individuales o personales, configurando una imagen de lo que constituye a la mujer haitiana marcada por la hipersexualización, la asociación a lo exótico y exuberante, y a un origen económicamente vulnerable y racialmente inferior.

(Extracto de entrevista a María Emilia Tijoux por Josefina Espinoza Escárate, 2019)

Es por esto, que este proyecto de título se enfocará en la experiencia de mujeres inmigrantes haitianas, ya que son víctimas de doble discriminación, por un lado, por ser mujeres migrantes y por otro, por tratarse de mujeres de piel negra. Son un grupo que se encuentra más vulnerable y propenso a ser discriminado por la sociedad chilena, que sufre de una violencia simbólica invisibilizada e inclusive normalizada desde el discurso y la vivencia cotidiana.



III. El diseño gráfico y la indumentaria como interfaz de comunicación y soporte para el activismo político y social

1. Diseño gráfico como vehículo para generar cambios sociales

“El arte gráfico es un arma poderosa de protesta, propaganda de choque y subversión. Desde carteles publicitarios hasta camisetas, revistas clandestinas y carteles políticos, sus imágenes pueden arrestar, acusar, provocar y suplicar”

— Liz McQuiston, 1993⁴

Hace ya bastantes años, el diseño gráfico ha servido a las causas sociales e históricamente se ha hecho cargo de temáticas políticas, sociales y ecológicas, entre otros, haciéndose responsable como disciplina de crear conciencia y propagar ideas. Respecto a esto, Frascara (1997) sostiene:

“El diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada”. (p. 23)

Bajo la misma perspectiva, Gaitto, citando a Chaves (2006) comenta que:

“Lejos de toda obviedad, es necesario destacar que el diseño, como actividad, nace en el seno de la sociedad y su producción está orientada y dirigida hacia ella. Por este motivo su función no puede ser sino social. Es en la sociedad donde incide, tanto en forma positiva como negativa. En este sentido, no se puede ignorarse que son producto del diseño tanto las bombas como los campos de refugiados.” (p. 15)

El diseño tiene una capacidad social innata. No es sólo una herramienta estética y funcional que permite comunicar una idea o desarrollar un producto. El diseño, tiene por esencia un carácter humanitario, con la finalidad de plantear y expresar ideas de forma que estas sean comprendidas y además se adhieran en el raciocinio y pensamiento cotidiano de las personas. Los autores anteriormente citados ejemplifican esto indicando que en el diseño “puede plantearse, el caso particular de proyectos cuyos fines son útiles para mejorar la calidad de vida de las personas o que se desarrollan sólo y únicamente como respuesta y cobertura de las necesidades humanas básicas” (Gaitto, 2018, p.21) o comunicaciones que actúan “dirigidas a cambiar las actitudes del público en relación con la salud, la seguridad y otras preocupaciones sociales” (Frascara, 1997, p.23). Desde la contingencia, es posible generar cambios a nivel político y social a tra-

⁴. Traducción realizada por la autora

vés de esta disciplina.

El diseño puede ser instrumento de cambio en el pensamiento de la sociedad, proporcionando herramientas para tener un juicio crítico respecto a situaciones políticas y/o sociales de injusticia y desigualdad, lo que permite entregarles a los receptores —en el caso de las comunicaciones visuales— información que desconocían o que simplemente no están viendo. En el caso de la comunicación visual en particular, la estética toma un rol importante, ya que puede transformar la idea o el concepto a comunicar, recodificándola para poder ser entregada a un público de manera atractiva. Frascara (1997) señala que la estética es primordial, ya que los mensajes deben ser atractivos para generar un impacto y generar interés. Respecto a esto señala que “La atracción ejercida por un mensaje, el tono emocional de su recepción por el público y la posibilidad de que ese público recuerde el mensaje y actúe en consecuencia están en gran medida influidos por la estética. Pero ésta debe ser una estética motivada por el contenido del mensaje y relacionada con el mundo del público buscado.” (p.43) Por otro lado, McQuiston (1993) sostiene que “el comentario social toma muchas formas gráficas” y además, “los medios y la tecnología también pueden tener un gran efecto en el significado y la resonancia del mensaje. Los métodos más directos, o más crudos, de creación y duplicación de imágenes (escritura a mano, impresión, stencil, fotocopiado, estampado a mano) pueden proporcionar inmediatez e impacto emocional” (p.9). De acuerdo con Frascara y McQuiston la estética y el medio por el cual se crea la imagen, tienen directa relación con la forma en que se percibe el mensaje.

El diseñador es aquel que da forma visual a las comunicaciones. Para desarrollar proyectos y ‘comunicaciones visuales’ bajo esta línea, Frascara (1997) establece las siguientes responsabilidades que debe tener un diseñador (gráfico) al momento de ejecutar su trabajo:

- a) Responsabilidad profesional:** la responsabilidad del diseñador -frente al cliente y al público- de crear un mensaje que sea detectable, discriminable, atractivo y convincente;
- b) Responsabilidad ética:** la creación de mensajes que apoyen valores humanos básicos;
- c) Responsabilidad social:** la producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad o, al menos, que no importen una contribución negativa, y
- d) Responsabilidad cultural:** la creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto.

Finalmente, McQuiston además propone que:

“El término ‘political graphics’ desencadena una avalancha de imágenes e impresiones. Se pueden recordar carteles o pancartas de protesta coléricos para las manifestaciones, o el aflojamiento de las campañas de los partidos políticos. El ‘noticiero’ de la propaganda de guerra, la subversión a través de la prensa clandestina, las caricaturas en los periódicos, el graffiti salpicado en paredes y pavimentos o insignias y camisetas que gritan lemas dentro de una multitud: todos representan la “voz” gráfica de la propaganda, la protes-

protesta y agitación”. (p. 10)

De esta manera, el diseñador gráfico tiene en sus manos herramientas para generar cambios significativos en el ámbito social y político, además de presentarse como un profesional con participación y un rol activo en el universo que lo rodea. La disciplina tiene un propósito más allá del consumismo, posicionando al diseñador como un profesional con la capacidad de ser un activista que puede hacerse cargo de un proyecto y aportar más allá de lo estético.

2. La indumentaria como soporte para el activismo político y social e interfaz de comunicación para la propagación de ideas

Desde su origen, la indumentaria nace por la necesidad de proteger y cubrir el cuerpo, ya sea del clima o del contacto con el entorno. Esto descrito desde una perspectiva funcional, pero la indumentaria también ha sido objeto de análisis de diversos estudios sociológicos. En relación con esto, Enwistle (2002) refiere que:

“Los cuerpos humanos son cuerpos vestidos. El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos (...) El vestir es un hecho básico de la vida social y esto, según los antropólogos, es común en todas las culturas humanas: todas las personas «visten» el cuerpo de alguna manera, ya sea con prendas, tatuajes, cosméticos u otras formas de pintarlo. Es decir, ninguna cultura deja el cuerpo sin adornos, sino que le añade algo, lo embellece, lo resalta o lo decora”. (p.11)

Con el paso del tiempo, el hombre ha convertido estas prendas y adornos en elementos de expresión como una forma de comunicarse con otros a través de códigos visuales, lo que es aprovechado de distintas formas por la disciplina del diseño.

2.1 La comunicación a través del vestir

Vestirse es un acto de comunicación, pero la indumentaria no suele identificarse como un medio de comunicación, como lo son la radio o la prensa, por ejemplo. Volonté (2009) se refiere a este fenómeno y afirma:

“En su lugar, se trata la ropa como si fuera solo una cosa, un objeto neutro e indiferente en la interacción entre los actores sociales: un producto indus-

industrial o artesanal, y no un verdadero medio de comunicación como tal. Esto se debe, entre otros motivos, al hecho de que, cuando se menciona el término “comunicación”, a la mente suelen acudir rápidamente dos fenómenos en particular: por un lado, el lenguaje, el discurso, el diálogo, la lengua; y, por otro, los medios de comunicación, la televisión, los SMS y los e-mails. Se piensa de inmediato en esa forma elaborada de comunicación que es la comunicación verbal, lingüística, llena de símbolos y reglas gramaticales, sin tener en cuenta que existe una forma de comunicación bastante más elemental y fundamental en la vida humana que es la comunicación no verbal, una comunicación que no se “añade” a las palabras y a los discursos, como a veces se dice, sino que les precede, y de la que palabras y discursos son sólo una evolución bastante avanzada.

Precisamente por ese carácter elemental, la comunicación corporal no ha sido abandonada por los humanos, que a veces han intentado aprovecharse de sus potencialidades para gobernar mejor sus interacciones y su vida cotidiana: vistiendo el cuerpo, añadiéndole adornos visuales o materiales capaces de reducir o multiplicar sus facultades comunicativas. Consideradas desde esta óptica, “la ropa y la moda están entre los instrumentos de comunicación más importantes de que disponemos” (p. 194)

2.2 La indumentaria y la protesta social y el caso de la camiseta como banner político

Lurie (1994) menciona que “la protesta y el descontento social tienden a adoptar alguna indumentaria característica” (p. 178) Los personajes disidentes de la época como “los beatniks, los teddy boys, y los zoot suiters de la posguerra; los mods, los rockers de los cincuenta, los skinheads de los sesenta, todos se expresaron elocuentemente en el lenguaje de la moda”. En el lenguaje de la indumentaria, las intervenciones realizadas a las prendas eran una demanda de atención (Lurie, 1994, p. 179).

Un caso icónico de indumentaria utilizada como soporte y portador de mensajes, es el caso de la camiseta. Brunel (2002) en el capítulo “Triumph of the slogan” de su libro de T-Shirt Book, sostiene lo siguiente:

La cara del Che o los eslóganes racistas “White Power” de Malcolm X, los anuncios de bolígrafos o de cerveza Heineken; como medio de publicidad, la camiseta ha reclutado proselitistas para todo tipo de causas, incluso las más siniestras. Esta superficie de algodón blanco de bajo costo, tan fácil de decorar, es una página en blanco ofrecida para la libertad de expresión. En 1960, los candidatos a las elecciones presidenciales en los Estados Unidos fueron los primeros en utilizar la camiseta blanca como medio de campaña. Todo tipo de movimiento posible ha utilizado este espacio en blanco, desde las causas más orientadas a la comunidad hasta las más individualistas. Su simplicidad fundamental lo convierte en el sándwich personal y portátil perfecto, capaz de transmitir su “mensaje del día”. En todo el mundo, ya sea esté involucrado en la protección del medio ambiente, los derechos humanos, la salvación de las ballenas, lo que sea, las camisetas son un medio excelente para identificar a los espíritus afines. Y, en el lenguaje universal de las imágenes, evita las barreras del idioma para identificar las luchas y polaridades políticas, que hoy en día tan rápidamente se vuelven globales

(p. 114 - 115)

De este modo, la camiseta pasó a ser ya no una prenda de vestir, sino un mensaje en sí misma, y no solo un medio de transmisión, sino que un símbolo. Debido a su carácter económico y por ser fácil de usar, está garantizado que tendrá un impacto al ser utilizada: algo que la política supo aprovechar muy bien, pero también es útil para otro tipo de iniciativas.

2.3. Antecedentes de diseñadores y colecciones de indumentaria activista

Vivienne Westwood y la Destroy T-Shirt (Inglaterra): Diseñadora de moda británica, responsable de traer la estética punk y el new wave como corrientes principales. Como ex maestra de la escuela primaria, esta diseñadora utiliza sus creaciones como plataforma para mostrar sus preocupaciones culturales y ambientales (Jones, 2012). En 1997 diseñó la "Destroy T-Shirt" una camiseta estampada con una esvástica roja Nazi, una imagen invertida de Cristo en la cruz, más la palabra "DESTROY" (destrucción en español) en mayúsculas y las letras de la banda Sex Pistols. Esta prenda anárquica personificó a la Diseñadora y su asociación con Malcolm McLaren, generando una marca de estética y política punk. Westwood ha comentado que la camiseta, sin duda ha sido una de sus creaciones más polémicas —se trataba sobre enfrentarse a dictadores horribles alrededor del mundo que torturaban personas, como el chileno Augusto Pinochet. En términos más generales, fue un medio para desafiar a las viejas generaciones, una manera de decir "no aceptamos sus valores ni sus tabúes, y todos son fascistas". La camiseta se comercializó en su icónica tienda SEX en King's Road. Además, Westwood ha mencionado que utiliza la moda como medio para exponer sus ideas. "Me resulta útil. Me gustan los gráficos y disfruto sacándolos en los desfiles de moda, en camisetas y bolsos..." (i-D, The Royalty Issue, n° 318, 2012. Texto de Terry Jones).



1. Vivienne Westwood usando la "Destroy T-Shirt".
2. Destroy bondage shirt, The National Gallery of Victoria.

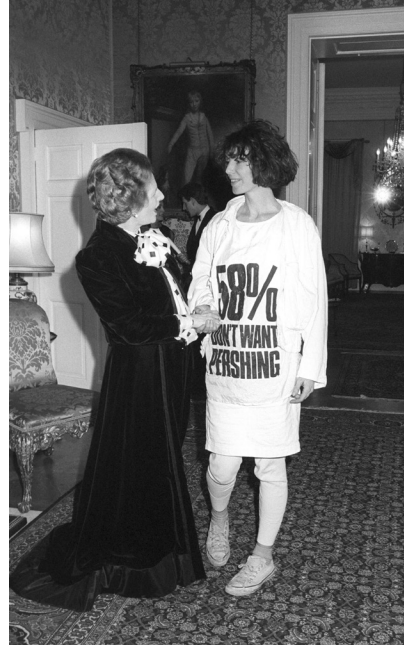
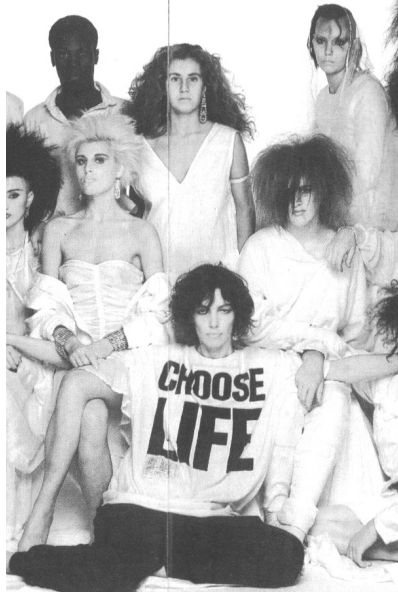
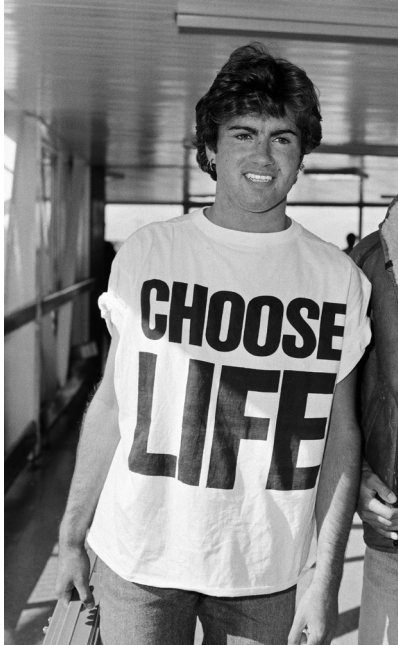
Katherine Hamnett y las Protest T-Shirts (Inglaterra): Es una de las pioneras de la moda británica contemporánea y se hizo renombrada mundialmente por ser la creadora de las camisetas con slogans. “Las camisetas son unas de las herramientas de mensajería más fuertes para generar conciencia”, dice la diseñadora británica.” No puedes no leerlos, y una vez los has leído, permanecen en tu cerebro, revolviéndose, y con suerte te hacen pensar y actuar”. A principios de los 80, poco después de fundar su marca del mismo nombre, fue pionera en el concepto de camisetas con mensajes políticos en gráficas y letras en bold, con el carácter sensacionalista de los periódicos ingleses como The Sun. Estas camisetas estaban diseñadas para que pudieran copiarse fácilmente con el objetivo de que sus mensajes llegaran al máximo número de personas posible. Tuvieron un gran éxito, dando voz a una generación marginada en un momento en que la proliferación de misiles de crucero, la guerra de las Malvinas y la creciente crisis del SIDA proyectaban una sombría sombra sobre su futuro. “Choose Life”, “Worldwide Nuclear Ban Now” y “Use a Condom” fueron algunas de las frases que adornaron los bustos de todos, desde George Michael hasta Naomi Campbell, y pronto se vieron las llamadas de acción de Hamnett en todo el mundo.

Public School (Estados Unidos): Los mensajes no siempre tienen que estar estampados en una camiseta. Además, la parodia también puede ser un recurso para protestar. El año 2017, muchos de los modelos en la pasarela de Public School de los diseñadores Dao-Yi Chow y Maxwell Osborne, llevaban gorras de béisbol rojas que parodiaban el eslogan de la campaña de Donald Trump, “Make America Great Again”, insistiendo en cambio, en que hagamos América New York, con el eslogan “Make America New York”. Los “baseball hats” como se conocen en Estados Unidos son una pieza de moda popular entre los jóvenes y Public School lo tomó para hacer una declaración política. Maxwell y Dao-Yi explicaron la motivación detrás de sus diseños políticamente inteligentes y dijeron: “Nueva York siempre ha sido nuestra fuente de inspiración. La solidaridad, la tolerancia y la diversidad son valores fundamentales de la Ciudad de Nueva York y son recordatorios muy necesarios para que nuestro país sea grande”.

Prabal Gurung (Estados Unidos): El desfile primavera/verano del 2017 de Prabal Gurung concluyó con todas las modelos vistiendo poleras con slogans políticos y frases de empoderamiento, que querían entregar un poco de luz entre tanta hostilidad y violencia con la campaña y elección del presidente Trump. Mensajes como “we will not be silenced,” “yes, we should all be feminists,” “girls just want to have fundamental rights,” “the future is female”, “i am an immigrant”, entre otras, adornaban el pecho de todas las modelos que desfilaron en el show. El diseñador no es tímido para expresar sus preocupaciones sobre el clima político de Estados Unidos. Persiste, comprometido a usar su plataforma para difundir mensajes en los que cree.

Duende Capitalista (Chile): Rosario Riveros y su marca Duende Capitalista ha sido una de las pocas estampas nacionales que esta autora ha podido observar, y se han atrevido a utilizar las prendas como un lienzo para plasmar mensajes políticos y puntos de vista. El movimiento feminista en Chile ha estado muy activo durante el último tiempo debido a los múltiples casos de violencia de género reportados en el país, y la diseñadora quiso identificar aquellas situaciones negativas en las que se ven envueltas las mujeres debido al sexismo y al patriarcado. Algunas de las frases que se podían leer en sus diseños en el desfile de la colección primavera/verano 2019 eran “tengo miedo”, “detente” y “yo no tengo enemigos, sólo mi ex marido”.

1



2



3



3. Duende Capitalista
 4. Public School
 5. Prabal Gurung



4



5



1. Las Protest T-shirts en uso
 2. Campaña del 1984 fotografiada por Peter Lindbergh

2.4 Antecedentes de diseñadores y de indumentaria como interfaz de comunicación

Milton Glaser y I love NY (Estados Unidos): Un uso de indumentaria para la circulación y comunicación de un mensaje, son el logo y la camiseta "I LOVE NY" de Milton Glaser. Fueron diseñados en 1976 para promover la imagen y el turismo de la gran manzana. Se trataba de una gráfica compuesta por la letra I (Yo), seguida por el símbolo de un corazón rojo, y debajo de estos estaban la letra N (New) y Y (York), escritos en mayúsculas con la tipografía American Typewriter. Este logotipo simple y potente se ha convertido en uno de los más populares de la historia del diseño gráfico. En el inconsciente colectivo, ha sido asociado inmediatamente a la ciudad de Nueva York, y la impresión de la imagen en camisetas blancas aumentó la circulación de la imagen, convirtiéndola en un símbolo fácil de reconocer. Además, después de la destrucción del World Trade Center el 11 de septiembre del 2001 "los neoyorquinos redescubrieron su simbólica camiseta y acudieron a los vendedores turísticos para comprarla. Como una bandera de heroísmo y esperanza, ha estado revoloteando durante varios meses en las calles de la ciudad, al lado de su hermano mayor, The Stars and Stripes" (Brunel, 2002, p. 170).





IV. El diseño Suizo y la tipografía

1. El lenguaje gráfico del diseño suizo y el rol de la tipografía

“La tipografía, la forma de la palabra impresa, es uno de los vehículos de ideas más importantes y funcionales, y por lo tanto, es siempre un reflejo claro del patrón cultural general”

— Wim Crowel, *Typography Today*, 1980

La década de 1960 fue testigo del momento más alto para el diseño gráfico minimalista moderno, en cuya vanguardia se encontraba Suiza. Era un estilo nuevo, versátil, que se acomodaba a la utilización desde embalaje de alimentos hasta señaléticas, pasando por su inclusión en revistas. Por ello, pronto se hizo conocido en todo el mundo, momento en que se le dio el nombre de Estilo Internacional.

Por otra parte, en este momento un grupo internacional de diseñadores (en los que destaca Paul Rand, Otl Aicher, F.H.K. Henrion y Yusaku Kamekura) desarrolló un trabajo innovador y que desafiaba muchas de las convenciones tradicionales del diseño, dejando huella por su carga emocional y lenguaje visual, en forma paralela al Estilo Internacional caracterizado por la forma austera, la que sin embargo, no le restaba potencia frente a su contraparte.

1.1 Características del Estilo Internacional

De acuerdo con Vico (2016) “algunas opiniones de profesionales seguidores que avalan este estilo, “resaltan la claridad, pureza, coherencia formal y composición haciéndolo digno de imitar, en especial, el uso e importancia que le dieron a la aplicación de la tipografía.”

Este estilo se caracteriza por su objetividad o sobriedad, ya que concibe la gráfica como una organización de elementos y módulos. El origen de este estilo de diseño lo encontramos en la Escuela de Zurich y la Escuela de Basilea, dos corrientes que pese a sus diferencias, coinciden en la reflexión constante del diseñador sobre su obra, su concepción del diseño, lo cual se vio reflejado en una amplia producción de libros, conferencias, artículos, exposiciones y especialmente revistas.

Algunos de los pilares de este estilo de diseño son:

1. Uso de la retícula para asignar jerarquías dentro de la unidad de diseño, tomando de este modo la geometría como expresión de orden que divide un plano de forma racional

Obras de Josef-Müller Brockmann ▶

Stadttheater

4. konzert der fornhalle
gesellschaft zürich
25. juni 1959, 20.15 uhr

Joseph Haydn
Sinfonie in C-Moll, Op. 104
Johannes Brahms
Violinkonzert in E-Moll
Modest Mussorgsky
Bilder einer Ausstellung

instrumentiert von
maurice ravel
karlen jr., 5.50 bis 16.50
vorverkauf: fornhalle
hug, jocklin, kuoni

vègh-quartett musica viva
paul hindemith
alban berg
bela bartók

Instrumentarium: Violine I, Violine II, Viola, Violoncello, Kontrabaß, Klavier

Instrumentarium: Violine I, Violine II, Viola, Violoncello, Kontrabaß, Klavier

kunsthauz zürich
5. juli - 7. september 1986

dichtungen
illustrierte bücher
zeichnungen
collagen
reliefs
skulpturen

hans arp
hugo ball

didakt.
philosoph und
dichter

öffnungszeiten:
montag 14-17 uhr
dienstag bis freitag 10-21 uhr
samstag und sonntag 10-17 uhr
freitag, 7. august 1986 geschlossen

beethoven

fornhalle
größer saal
donnerstag, den 22. februar 1955,
20.15 uhr
A. erdőskonzert
der fornhalle-gesellschaft

leitung: Carl Schürch
solist: Wolfgang Schneiderhan

beethoven: Ouvertüre zu Coriolan, op. 62
Sinfonie in E-Moll, op. 81
Sinfonie Coriolan in A-Dur, op. 92

vorverkauf: fornhalle-kasse, hug, jocklin,
kuoni, zu k. 3.50 bis 9.50

musica viva

matthias hauer
werner speth
karlheinz stockhausen
jacques wildberger
igor stravinsky

kleiner fornhalleaal
donderdag, 18. november 1959, 20.15 uhr

Instrumentarium: Violine I, Violine II, Viola, Violoncello, Kontrabaß, Klavier

Instrumentarium: Violine I, Violine II, Viola, Violoncello, Kontrabaß, Klavier

HERMES

HERMES
Hermès Schreibmaschinen AG

2.La fotografía busca presentar la información limpia de excesos decorativos, para ser transparente y objetiva

3.El texto es diagramado con justificado tanto a la derecha como a la izquierda

Estas ideas se transformaron en una norma, que provenía de Jan Tschichold, quien ya en la década del '30 había comenzado a plantearlas. Otra de sus contribuciones significativas es la tipografía de palo seco, que es expresión de la importancia otorgada a la legibilidad del texto.

Todas estas características dan como resultado una atmósfera en que se logra pureza en los elementos visuales y una rigurosidad matemática en el uso del plano (gracias a la subdivisión del espacio en líneas rectas) y del color.

Otra característica importante de considerar es que los diseñadores de esta corriente asumieron una actitud diferente frente a la profesión de diseñador: no como un artista que se expresa personalmente, sino como un profesional que maneja ciertas herramientas que le permiten entregar un mensaje o producto a un usuario inserto en un contexto social determinado. Esta visión es la que le otorga al Estilo Tipográfico Internacional la responsabilidad frente al usuario, de “comunicar la verdad” y aportar al desarrollo y democratización de la sociedad, la cultura, el arte y el consumo.

Esta ha sido la corriente que más ha influido en el diseño actual de occidente, ha continuado y se ha consolidado como uno de los grandes legados en el diseño gráfico en la actualidad. Hasta el día de hoy se continúa referenciando, redescubriendo y reinventando este estilo moderno de la década del 1960, ahora, con un aire contemporáneo, pero que mantiene su esencia.

Se puede ejemplificar a esta corriente tomando como referente la gráfica de algunos exponentes de este estilo como el trabajo con grilla de Josef Müller-Brockmann, el trabajo tipográfico de Wim, Crouwel, la composición de Bill Max, entre otros.

2. Josef Müller-Brockmann

Müller-Brockmann fue un diseñador gráfico suizo, considerado uno de los impulsores, en conjunto de Armin Hoffmann, de la llamada Escuela Germano Suiza de diseño, caracterizada por la sencillez y la claridad y por el uso de la retícula. Lars Müller (1995) se refiere al diseño suizo y en particular al trabajo de Müller-Brockmann en su título “Josef Müller-Brockmann: Pioneer of Swiss Graphic Design” y afirma lo siguiente:

“Una mirada sobria y no dramática a la situación actual revela muy poca dirección en el diseño gráfico. La confusión rodea los criterios para juzgar la calidad del diseño; El ojo está cansado por la falta de contenido, estéticamente velado. El manierismo y el eclecticismo son las fuerzas impulsoras detrás de las imágenes, y su repertorio de diseño está determinado por las nuevas tecnologías. En el contexto, no es realmente un anacronismo señalar la responsabilidad ética y social del diseñador. Los problemas sociales y ambientales de nuestro tiempo exigen un tipo de comunicación que hace más que fomentar el consumismo efectivo. Un diseñador gráfico debe tener un conocimiento fundamental de los recursos de diseño y su aplicación de eficacia, y debe analizar el contenido de su escrito.

Vista dentro de este contexto, la obra de Müller-Brockmanns es ejemplar. Persigue constantemente la reducción formal y la condensación de declaraciones hasta que tenga un mensaje objetivo. Su demanda de diseño neutral, funcional y de diseño objetivo se convirtió en Swiss Graphic en los años 50 y 60, donde tuvo una mejor influencia". (p.6)

El Diseño Suizo, y específicamente el de Müller-Brockmann, se convierten en un referente importante, ya que se apropian del diseño como una herramienta que es social y éticamente responsable, por lo tanto, es un medio efectivo para comunicar sobre los problemas sociales y ambientales de nuestro tiempo.

V. Proyecto

**fa
nm**

Oportunidad de Diseño

Lo planteado anteriormente presenta la oportunidad de desarrollar prendas que puedan ser utilizadas como dispositivos portadores de mensajes, para visualizar, comunicar y concientizar al público sobre problemas sociales tanto locales como globales, como lo son la discriminación racial y otras formas de intolerancia en contra de grupos de inmigrantes negros como lo son las mujeres haitianas.

1. Descripción

Qué

Colección de indumentaria como interfaz de comunicación de carácter activista, que permite visibilizar e informar sobre los conflictos que enfrentan las mujeres haitianas en Chile.

Por qué

Las mujeres haitianas son un grupo inmigrante vulnerable. Víctimas de doble discriminación y de prejuicios, son discriminadas e invalidadas por ser mujeres y además de raza negra. Esta es una realidad que por lo general es difundida a través de terceros y no por parte de las mismas mujeres quienes son las principales involucradas, debido a que no dominan el idioma español. Es por esto por lo que es necesario ampliar el discurso y la narrativa en torno a la migración femenina, para evidenciar la falta de dominio y recursos, y así comunicarla de manera más efectiva.

Para qué

Para difundir y mejorar la comprensión de la situación que viven las mujeres inmigrantes y así generar espacios de reflexión que permitan sociabilizar y visibilizar esta problemática. De esta forma se busca incentivar el desarrollo de nuevos espacios que generen conciencia, validación y cambio social con relación a las mujeres migrantes en el país.

Cómo

El proyecto pretende rescatar por medio de estudios etnográficos y entrevistas, testimonios y relatos explícitos sobre los conflictos que experimentan las mujeres inmigrantes haitianas que viven en Chile (entre ellos prácticas discriminatorias y racistas, vivencias personales, etc.) Estos testimonios van a constituir los mensajes impresos en las prendas. La propuesta gráfica es principalmente visual, tomando como referente la gráfica del diseño suizo y del diseño activista, donde se utilizará la impresión de imágenes tipográficas. El proyecto pretende, por medio del uso de la indumentaria como soporte, generar nuevas propuestas de activismo gráfico en favor de la migración afrodescendiente femenina.

1.1 Propósitos del Proyecto

El espíritu del proyecto se centra en articular un espacio de trabajo colaborativo con mujeres haitianas, donde puedan plasmar en estas prendas, que funcionan como interfaz de comunicación, testimonios, valores y conceptos que representan su cultura, idiosincrasia y experiencias como mujeres migrantes negras. El objetivo, además de desmitificar los prejuicios de los chilenos tienen respecto a las mujeres haitianas, es empoderar a esta comunidad que es generalmente invalidada por su condición de mujer negra y migrante, a través del realce de características e historias que ellas mismas consideran fundamentales en su identidad. El diseño es el medio para comunicar la voz de las mujeres inmigrantes haitianas.

Objetivo General

Visibilizar e informar sobre los conflictos que enfrentan las mujeres haitianas en la sociedad chilena.

Objetivos específicos

1. Desarrollar una estrategia de comunicación gráfica que facilite el entendimiento y la visibilización de los conflictos y micro agresiones que enfrentan las mujeres migrantes haitianas en Chile.
2. Concientizar sobre los actos de discriminación racial hacia las mujeres migrantes haitianas por su raza negra.
3. Socializar las experiencias personales negativas de mujeres haitianas viviendo en Chile.
4. Promover la empatía y el desarrollo de nuevos espacios que generen conciencia, validación y cambio social con relación a las mujeres migrantes en el país.

1.2 Contexto

El ámbito de intervención del proyecto son espacios de discusión urbana, donde a modo de protesta, grupos activistas, ciudadanas pro-migración y la comunidad femenina haitiana puedan comunicar mediante el uso de estas prendas, los conflictos que enfrentan las mujeres de la comunidad haitiana en Chile. Además, otro actor relevante al proyecto son aquellos individuos que se van a convertir en los receptores de estas comunicaciones visuales. Los mensajes plasmados en las camisetas se dirigirán a personas e instituciones que se consideren activamente responsables o cómplices en la generación de prejuicios y actos discriminatorios en contra de las mujeres haitianas y afrodescendientes en Chile. “Este público debe ser potencialmente reactivo al mensaje, es decir, debe ser posible un cambio en sus conocimientos, sus actitudes o sus conductas en relación con el tema en cuestión, y en la dirección deseada” (Frascara, 1997, p.30).

1.3 Identificación de interacciones críticas

- Se identifican situaciones o episodios que denotan racismo por parte de diferentes actores de la sociedad chilena de tipo discursivo/verbal, usualmente violento, que implican insultos explícitos. Estas descalificaciones pueden utilizar-

se como recurso para entregar un mensaje potente y perturbador que, al ser visto, pueda provocar una reacción en el espectador.

- Algunas veces, las expresiones de racismo y discriminación son sutiles y no son reconocidas como tal, siendo normalizadas por los ciudadanos.
- Existe una barrera idiomática entre la sociedad chilena y la comunidad inmigrante haitiana que provoca que se dificulte la percepción de las representaciones del racismo que viven, ya que no pueden expresar estas vivencias de forma explícita, por lo que se invisibilizan y quedan en el anonimato.
- Se destaca entre la población haitiana una evaluación negativa de la cultura chilena y del trato recibido: "Hay un discurso de disconformidad en términos muy personales y enfáticos que aluden a la poca solidaridad, la falta de educación y a lo individualista de la sociedad chilena" (Villanueva (s/f: 19)
- Actualmente en Chile no existe un colectivo que se dedique a generar activismo gráfico con foco en los problemas de discriminación racial. Las intervenciones realizadas por las personas, fundaciones y colectivos mencionados previamente corresponden a una participación desde el ámbito legislativo, políticas públicas y programas sociales, pero nadie o muy pocos han generado instancias desde el arte y el diseño.

1.4 Usuario

Mujeres y hombres chilenos y migrantes entre 18 y 35 años en favor de la migración. Algunas de estas personas desarrollan distintas plataformas de discusión o manifestaciones relativas a problemas de discriminación racial, desde la teoría, la academia, las artes, la cultura y la educación y necesitan de mayores instancias para potenciar su discurso. Su objetivo principal es exponer la discriminación racial y de género de la cual son víctimas las mujeres migrantes de color que viven en Chile -especialmente la comunidad haitiana- y ampliar el discurso y la narrativa en torno a esta problemática, para evidenciar la falta de recursos, y así comunicarla de manera efectiva, para promover la tolerancia y transformar al país en un lugar más inclusivo y que celebre la diversidad.

1.4.1 Perfil del Usuario



Karla – Chile

27 años

Vive en Santiago, y se considera activista feminista. Es parte de diversos colectivos que se dedican a luchar por la igualdad de género y por hacer visible la voz de las mujeres en Chile.

Se considera pro-migración y le gustaría que se abrieran espacios para que las mujeres migrantes participaran de forma activa en organizaciones y que hagan visible sus luchas.



Magena – Haití

23 años

Llegó a Chile hace 3 años y actualmente vive en Santiago.

Ha sufrido diversos episodios discriminatorios y racistas de parte de la sociedad chilena por su color de piel. Cree que hace falta que se apoye más a las mujeres haitianas y que se generen espacios para visibilizarlas como comunidad.

2. Referentes y Antecedentes

Se revisaron diversos referentes y antecedentes que tuvieran relación con el diseño para la migración y la comunicación visual, tomando como material de origen, las experiencias y vivencias de los inmigrantes.

2.1 Internacionales

Migrantas (Alemania): Proyecto y colectivo fundado en 2004 por Marula di Como (artista visual argentina) y Florencia Young (diseñadora gráfica argentina) en Alemania. El proyecto trabaja el tema de la migración femenina en Alemania en el espacio urbano, se centra en la creación de pictogramas que desarrollan en talleres realizados en conjunto con mujeres inmigrantes que residen en Berlín. Las intervenciones urbanas buscan hacer visibles las reflexiones y sentimientos vinculados a la vida en un nuevo país de las inmigrantes, tratan el tema de la discriminación y además buscan generar un diálogo intercultural. “Integrar la subjetividad del migrante al espacio urbano”.

Metodología: Talleres, donde las mujeres con las que se reúnen se expresan y cuentan sus historias a través de dibujos, bajo la premisa de “que queremos contar acerca de nosotros como inmigrantes a la sociedad en la que vivimos”. Reflexionar acerca de su condición. Con los relatos y las historias que las mujeres les proporcionan en los talleres, reúnen material, lo analizan y trabajan.

Immigrants Beware! (Estados Unidos): Este proyecto, realizado por las organizaciones The Center of Urban Pedagogy y Families For Freedom, se trata de un desplegable informativo apuntando a la educación sobre políticas y leyes de inmigración a aquellos inmigrantes no regulares (no ciudadanos), como una herramienta para defenderse en caso de detención y deportación. La publicación desglosa el sistema de inmigración y brinda a los no ciudadanos conocimientos y recursos para combatir el proceso de deportación.

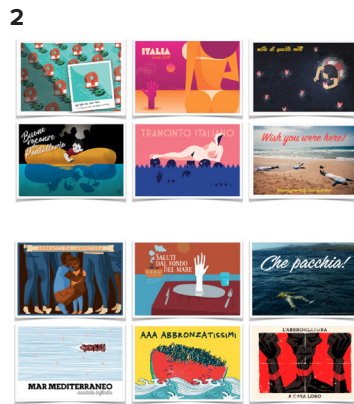


1. Intervención Migrantas
2. Desplegable de Immigrants Beware!

Senza peli sulla lingua (Italia): Es un proyecto del colectivo Landscape Choreography. Se trata de un taller de sastrería definido por las palabras que transmite: escritos de amor y trabajo, reunidos en un grupo de mujeres inmigrantes de todo el mundo. La intención es dar voz, en diversas formas, a las mujeres que viven en el Quadrilatero di San Siro (un distrito de Milán, Italia): corren por calles en ruinas para acompañar a los hijos e hijas a la escuela, compran en los mercados y gestionan la economía doméstica a través de difíciles traducciones lingüísticas. La idea es generar tiempo libre de todo el trabajo que esta comunidad enfrenta diariamente, para crear espacios para reuniones, charlas y autoformación, potencialmente capaces de imaginar pequeñas soluciones a obstáculos significativos como los del lenguaje, la búsqueda de un trabajo, la incomodidad de vivir y las difíciles relaciones de género.

Solo in cartolina (Italia): En español “solo en postal” es una campaña de diseño social que denuncia las muertes de migrantes en el mar Mediterráneo, apoyando las actividades de seguridad de las ONG del país. El 2018 fue testigo de un aumento en las muertes en el mar, como resultado de las políticas anteriores y actuales del ministro de asuntos internos, cuyo objetivo era contrastar el fenómeno de la inmigración. El efecto fue una disminución efectiva del aterrizaje de los migrantes, con un dramático retorno: un aumento masivo de muertes en el mar. El colectivo independiente de creativos “Creative Fighters” decidió actuar, con el objetivo de dar una señal firme al actual primer ministro Salvini, en contra de sus políticas de inmigración, inspirado por su declaración publicada durante una entrevista, que decía: “Las ONGs verán las costas italianas solo en postales” (una manera italiana de decir que será imposible para las ONG aterrizar en los puertos italianos para prestar ayuda).

El equipo creativo diseñó una acción participativa para crear conciencia y criticar la política gubernamental sobre migración. En tres días iniciaron una llamada online para la campaña de postales. El proyecto se volvió viral y se publicó en los principales medios de comunicación nacionales, llegando a miles de personas creativas y preocupadas por la situación. En pocos días, recogieron más de 300 postales diseñadas por diversas personas. Después de una votación pública en su sitio web, el colectivo creativo imprimió las diez mejores obras con 1000 copias cada una. Esas postales impresas se llenaron de mensajes de la gente durante las manifestaciones públicas contra la actual política de migración del gobierno en Milán y Roma. El 3 de octubre, se enviaron 10.000 tarjetas postales a la oficina del Ministerio de Asuntos Internos de Italia.



1. Camiseta bordada en taller de Senza peli sulla lingua
2. Postales de Solo in cartolina

El Dorado (Italia, 2017): Es un proyecto de diseño de información y una instalación diseñada por Max Hornäcker que quiere desacreditar las opiniones públicas sobre los extranjeros en Italia. El objetivo de este proyecto es mostrar información sobre la relación entre italianos y extranjeros. La intención es mostrar a través de medios tangibles expuestos en el espacio público, una visión diferente sobre este fenómeno: la audiencia tiene la posibilidad de comprender de un vistazo interactuando con cápsulas de información.

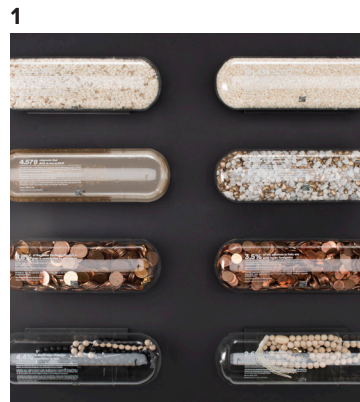
Como la percepción a menudo está lejos de la realidad, particularmente en una era en la que las noticias falsas y la información no verificada se distribuyen a nivel mundial sin control, la consecuencia más significativa es una percepción distorsionada de la realidad, ya que la opinión pública se construye a partir de información y suposiciones recopiladas desde canales de desinformación y noticias falsas, invocando un aumento en los estereotipos y prejuicios en el pensamiento público y el discurso cotidiano, en particular contra los extranjeros.

A través de una serie de ocho cápsulas transparentes, que se pueden exhibir a pedido, el usuario comprende sólo mirando, la relación entre la población italiana y la extranjera. El contraste y la interacción con el objeto de “data-telling” hace que sea más fácil y rápido para el individuo tomar los datos y así comprender la relación entre los números, que a menudo están muy lejos de lo que esperamos.

Stories behind a line (Italia): Un proyecto de Federica Frangapane con Alex Piacentini, es una narración visual de las rutas de seis solicitantes de asilo (assylum seekers) que viajaron desde su ciudad natal a Italia. Este proyecto quiere contar sus historias a través de los datos que dieron forma a su línea de viaje personal.

«Las historias detrás de una línea» quiere contar las seis historias personales y los viajes a través de los datos que dieron forma a las diferentes líneas viajeras, a fin de proporcionar un punto de vista racionalizado, aunque extremadamente personal, desde el cual reflexionar sobre un tema actual tan complejo.

Los entrevistados hablaron de sus agotadores viajes y sus dolorosos recuerdos, y se recopiló toda la información. Una vez que Federica Frangapane recopiló las historias, diseñó los modelos visuales para mostrarlas y, en una segunda fase, se contactó con Alex Piacentini con el objetivo de crear una pieza de narración interactiva. Los puntos



1. Cápsulas de la exhibición El Dorado
2. Web Stories behind a line



de partida fueron las seis líneas viajeras: el objetivo era crear seis imágenes, configuradas por los diferentes recuerdos personales. Las personas están representadas por su propia línea única, desde su ciudad natal hasta Italia.

Los datos representados son simples y forman parte de la vida cotidiana de todos, para permitir una fácil comprensión de las narraciones de los viajes, pero poderosos en la descripción de las luchas de estas experiencias. Sobre lo visual hay una serie de puntos rojos en los que se puede hacer clic, que permiten al usuario explorar algunos datos más cualitativos: comentarios adicionales y memorias que las seis personas querían agregar a su narrativa. Cada uno de estos puntos enriquece el proyecto, proporcionando una ventana única en cada historia.

Fuori di qui (Italia): Diseñado por el diseñador visual Enrico Battaglia, es un libro ilustrado que trata sobre la situación burocrática y la condición existencial de los refugiados en Italia. Describe la experiencia real del diseñador viviendo con cinco solicitantes de asilo en un campo para refugiados en el noreste de Italia. Con el fin de comprender cómo comunicar adecuadamente la condición de suspensión existencial que surgió, la investigación consideró muchas disciplinas, que abarcan enfoques sociales, etnográficos y gráficos visuales.

Después de dos meses de trabajo de campo, gracias al material recolectado (compuesto de entrevistas, fotografías, reflexiones y bocetos dirigidos) fue posible diseñar un volumen caracterizado por un balance preciso entre objetividad y subjetividad.

Nansen Magazine (Alemania): La revista NANSEN tiene como objetivo conectar y celebrar migrantes de todo tipo. El proyecto hace esto al conocer a un migrante por publicación, concentrándose en las minucias de las vidas que se viven fuera de casa: momentos a los que todos los migrantes pueden relacionarse y muchos que no lo son también. La palabra “migrante” evoca una imagen particular. Nansen quiere expandir la forma en que cada uno de nosotros ve a los migrantes y la forma en que las personas migrantes se ven a sí mismas. Con 244 millones de migrantes vagando por el planeta en este momento, hay muchas historias por contar. Los migrantes son, y siempre han sido, exploradores, empresarios, visionarios, buscadores de emociones y soñadores. Ya sea que nos movamos por elección, oportunidad o fuerza, todos tenemos historias que contar. La revista es editada y editada por Vanessa Ellingham con diseño y dirección artística por Eva Gonçalves.

1



2



1. Proyecto editorial Fuori di qui
2. Portada Nansen Magazine

1. Imagen campaña #TodosSomosMigrantes
2. Intervención Soy Migrante
3. Pasarela Ciudadana

2.2 Locales

Todos somos Migrantes: La campaña #TodosSomosMigrantes de desarrolló por el Servicio Jesuita a Migrantes (SJM), con la cual buscaban contar diferentes historias con las que todos nos podamos sentir identificados. Todas tendrán una conexión: transcurrirán en un trayecto de un punto a otro, tal como lo hacen los migrantes en su camino. Se trataba de una serie de spots e imágenes que contaban una historia de migración. Se invitó al público a sumarse a esta campaña compartiendo los spots o subiendo un video contando su propia historia, todo para generar una sociedad de acogida utilizando la etiqueta #TodosSomosMigrantes.

Soy Migrante: La campaña #Soy Migrante fue una intervención urbana producida por la estudiante de diseño gráfico Valentina Pizarro, que buscaba reivindicar a la comunidad extranjera, rescatando sus valores. Se rescata por medio de estudios etnográficos y entrevistas las propias percepciones que los migrantes tienen de ellos, poniendo en valor sus características y dejando en evidencia su aporte significativo al país.

La acción atacó un tema controvertido que en los últimos meses se ha ubicado en el foco de la opinión pública: la tensión social que despierta actitudes discriminatorias y racistas por parte de aquellos que rechazan la llegada de ciudadanos extranjeros al país. Frente a esto la estudiante de la universidad Diego Portales, generó para su proyecto de título una serie de intervenciones en el espacio público, con el objetivo de desmitificar los prejuicios de los chilenos respecto a los ciudadanos haitianos y colombianos, a través de características que ellos mismos consideran fundamentales en su identidad.

Pasarela ciudadana: Juego educativo elaborado en Francia por la ONG Espace 19, y adaptado a la realidad chilena por el instituto Incami y Odette Morales. A través de una fórmula lúdica, los migrantes que llegan a Chile pueden familiarizarse con la situación del país. Se trata, básicamente, de un juego con cuyo enfoque lúdico es posible que cada persona pueda familiarizarse con el funcionamiento de la sociedad chilena en los ámbitos de las leyes y disposiciones jurídicas específicas a los migrantes, además de temáticas relativas al trabajo, la salud y la educación.

1



2



3



3. Definición del proyecto

3.1 Definición de la colección

¿Qué significa la palabra Fanm?

Fanm es una palabra en criollo haitiano, que traducida al español significa 'mujeres'. Dado que el proyecto está dirigido a informar sobre los conflictos que mujeres haitianas viven en el país y a comunicar sus testimonios, el proyecto y el nombre de la colección, se decidió denominar así, en honor a ellas.

¿Por qué una colección de camisetas?

Como se señaló anteriormente, a través del uso de la indumentaria, y para este proyecto en particular, por medio de la creación de una colección de camisetas, el proyecto facilita la visualización y el entendimiento de un problema social como lo son los prejuicios y la discriminación racial en contra de mujeres haitianas, mediante la comunicación visual a través del uso de un soporte de bajo costo, replicable y fácil de intervenir. La indumentaria, que ahora está grabada con mensajes, ya no es solamente una prenda de vestir: el medio se transforma en el mensaje. En una sociedad donde la inmediatez de la tecnología y las redes vuelven los mensajes efímeros y perecederos, es necesario encontrar un sustrato que permita exhibirlos de forma constante y duradera. Así, la prenda, se convierte en una interfaz fácil de llevar para generar un impacto.

¿Cuál es el contenido de las gráficas / mensajes?

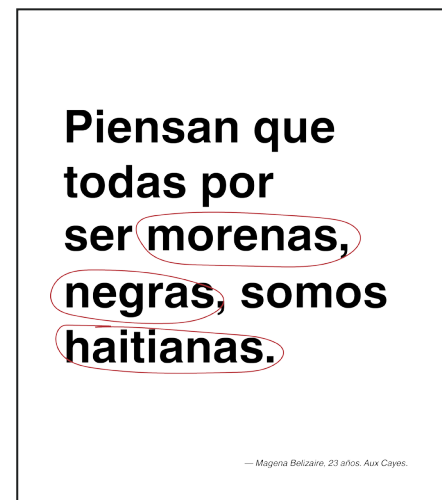
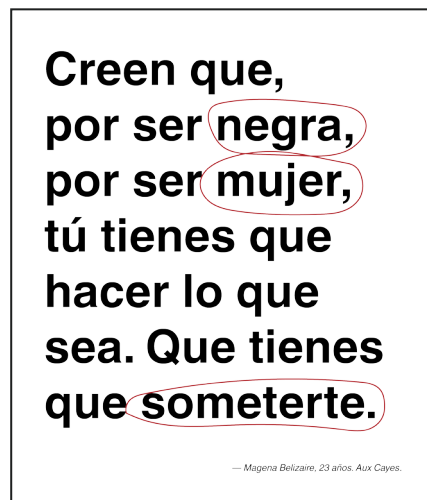
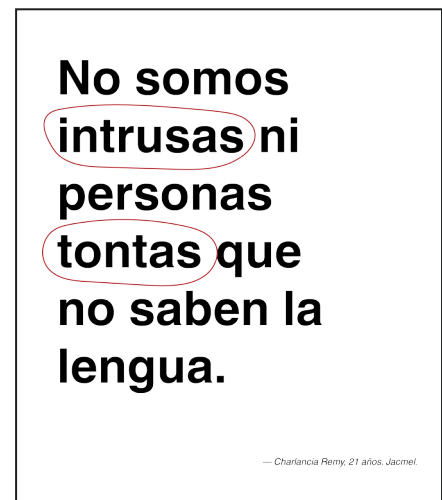
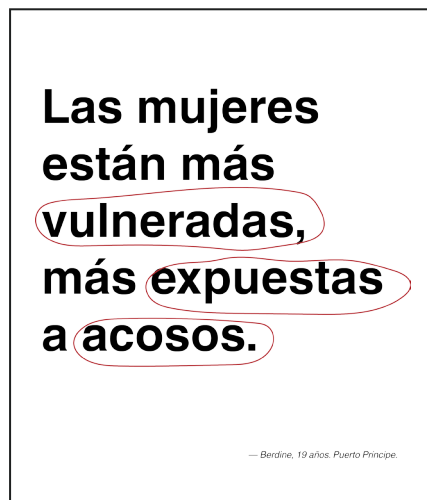
El contenido de los mensajes en las camisetas y frases emblema, fueron extractos de diversas conversaciones y entrevistas que se realizaron a 6 mujeres haitianas residentes en Chile. Como el contenido en particular está destinado al entendimiento y al cambio de pensamiento de la sociedad chilena, las entrevistas fueron hechas a mujeres que hablaran español fluido, para tener un mayor discernimiento de esta problemática. Las entrevistas fueron semi estructuradas, dando espacio tanto a preguntas constituidas que eran parte de una pauta, además de otras espontáneas.

Una vez fueron realizadas las entrevistas, se comenzaron a transcribir y a destacar aquellos mensajes que fueran más potentes y que pudieran informar sobre los mayores conflictos que viven estas mujeres por su condición de mujeres inmigrantes afrodescendientes.

4. Desarrollo

4.1 Primeras aproximaciones

Como un primer ejercicio y forma de testear la densidad y la fuerza de las frases y testimonios, se diseñaron imágenes simples: En una hoja tamaño carta y con la tipografía Helvetica en bold, se plasmaron los diversos testimonios y frases emblema. Luego de una revisión en conjunto con el profesor guía y otros compañeros, se seleccionaron aquellas palabras y/o frases que funcionaran mejor como mensajes sociales para causar impacto.



Imágenes de las primeras aproximaciones. Ejercicios realizados en hoja blanca tamaño carta y tipografía Helvetica en negro. Intervenido a mano con lápiz.

Las mujeres haitianas luchan por sus **derechos**, sus **sueños**. Son **trabajadoras**, fuertes.

— Charfancia Remy, 21 años, Jacmel.

Siendo mujer no podía opinar, **no tenía voz**. No podía decir, pucha no, **no quiero eso**.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

Siendo mujer no podía opinar, **no tenía voz**. No podía decir, pucha no, **no quiero eso**.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

Cuando llegué yo era la única morena. La única negra. Todos estaban como ¿Qué? y **se reían de mí**.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

Las chilenas siempre me miran como “Ay, qué fácil”. Y si me ven bailar con una persona, “Ay, qué **fácil**”.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

Mi color de piel no significa que soy **fácil**. No significa que voy a obedecerte o someterme a cualquier cosa. No.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

Si no manejan el español, las pueden pasar a llevar y **aprovecharse** de ellas.

— Berdine, 19 años, Puerto Príncipe.

✓
He venido a una vida mejor.

— Claudine Businte, 34 años, Puerto Príncipe.

Todas somos mujeres independientemente del **color**, del **idioma**, de la **cultura**. Todas somos mujeres y todas tenemos voz, tenemos derecho a hablar, a expresar como nos sentimos.

— Magena Belizaire, 23 años, Aux Cayes.

4.2 Apuesta Gráfica

a) Lenguaje gráfico:

Por la crudeza de los mensajes y la situación que vive hoy en día la comunidad haitiana en nuestro país, es necesario que el lenguaje gráfico utilizado en el proyecto sea honesto, legible y sin decoraciones, para entregar un mensaje específico. Para esto, se tomó el trabajo del Diseño Suizo, específicamente del diseñador Josef Müller-Brockmann (mencionado anteriormente), como principal referente. El diseño de Müller-Brockmann ponía énfasis en soluciones tipográficas más que pictóricas. Para esto, trabajaba en base a retículas lo que permitía que sistematizara la composición tipográfica. De esta forma, aseguraba la convivencia armónica de la tipografía con titulares, imágenes y gráficas y así conseguía diversas alternativas visuales como solución. La tipografía y el uso de estas retículas permiten que la lectura de mensajes sea más fácil.

Los principios que guían estos trabajos fueron principalmente la objetividad o sobriedad en el diseño, donde de acuerdo con Vico (2016) había que comprender el fenómeno de la gráfica como una “organización de elementos y módulos”. Sus principales características son:

- 1) La jerarquía asignada a la unidad lograda a partir del uso de la retícula.
- 2) La tipografía de palo seco (sans serif) como forma de expresar la importancia y relevancia que se le otorgó al concepto “legibilidad de texto”.
- 3) La subdivisión en líneas rectas, verticales y horizontales del espacio, que dio como resultado esa atmosfera de construcción controlada con un uso riguroso del plano y del color.
- 4) Se rechazaba la expresión formal, debido a que el diseño se insertaba en un contexto social, por lo que el diseñador manejaba las herramientas de forma que le permitiera entregar un objeto o mensaje al usuario claramente definido.
- 5) Hay una responsabilidad frente al usuario de comunicar ‘la verdad’.



Referentes Diseño Suizo

1. Afiche de exhibición de muestra sobre Bill Max
2. Afiche de Richard Paul Lohse

b) Tipografía

Se escogió la tipografía **Neue Haas Grotesk** diseñada por Christian Schwartz (Estados Unidos) de la fundición Font Bureau con sede en Boston, Massachusetts, Estados Unidos. De acuerdo a la descripción en fontbureau.com la versión digital de Helvetica (originalmente conocida como Neue Haas Grotesk desarrollada por Max Miedinger conjuntamente con Edouard Hoffmann en 1957 para la fundición de tipografías Haas'sche Schriftgießerei que todos conocen y utilizan hoy en día es bastante diferente del diseño pre-digital del tipo de letra de 1957. Como se mencionó, originalmente lanzada como Neue Haas Grotesk, muchas de las características que la convirtieron en una favorita modernista con una enorme influencia dentro del llamado "Estilo Tipográfico Internacional", se han perdido en la traducción a lo largo de los años. El diseñador de tipos, Christian Schwartz, ha restaurado recientemente Neue Haas Grotesk original en forma digital, recuperando características como variaciones de tamaño óptico, oblicuos correctamente corregidos, glifos alternativos, espaciado refinado y más. Es una tipografía que cumple con los principios del trabajo descritos anteriormente. Para el proyecto se utilizará en el estilo regular y bold.

Aa Bb Cc Dd

123456789

Neue Haas Grotesk

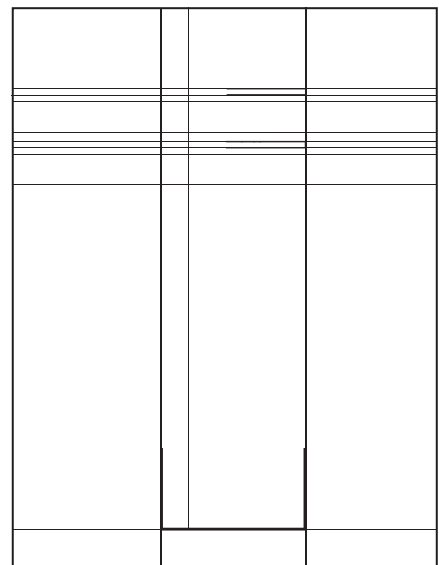
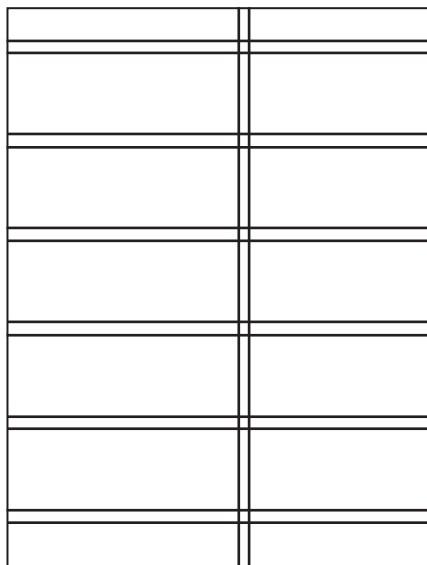
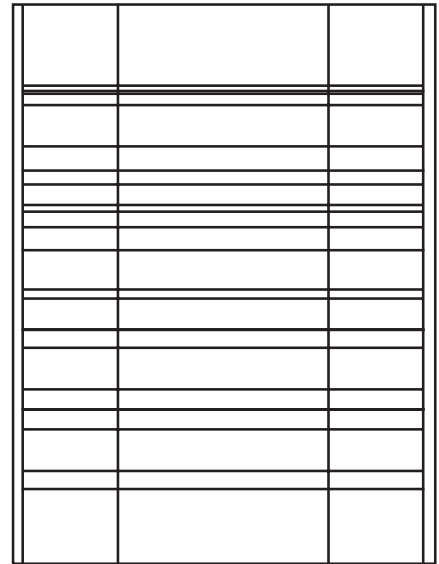
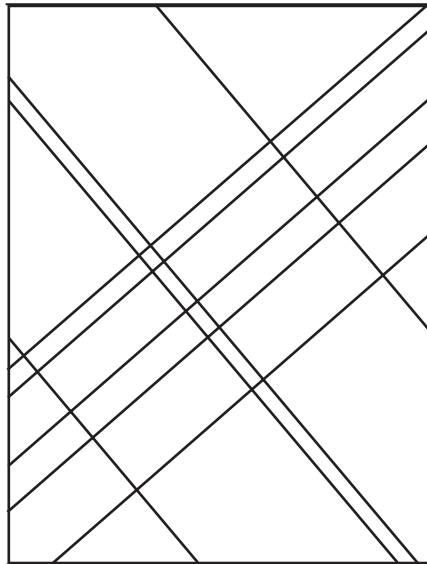
Neue Haas Grotesk

Neue Haas Grotesk

Fanm es una colección de indumentaria como interfaz de comunicación de carácter activista, que permite visibilizar e informar sobre los conflictos que enfrentan las mujeres haitianas en Chile.

c) El uso de la retícula o grilla

El uso de esta herramienta para desarrollar el diseño de las gráficas —específicamente la grilla reticular— permitirá sistematizar visualmente los diseños, ordenando los elementos dentro del plano, generando gráficas armoniosas que clarifican el mensaje visual. Como el elemento principal de estas gráficas son los mensajes y testimonios, es necesario utilizar un instrumento que lo permita.



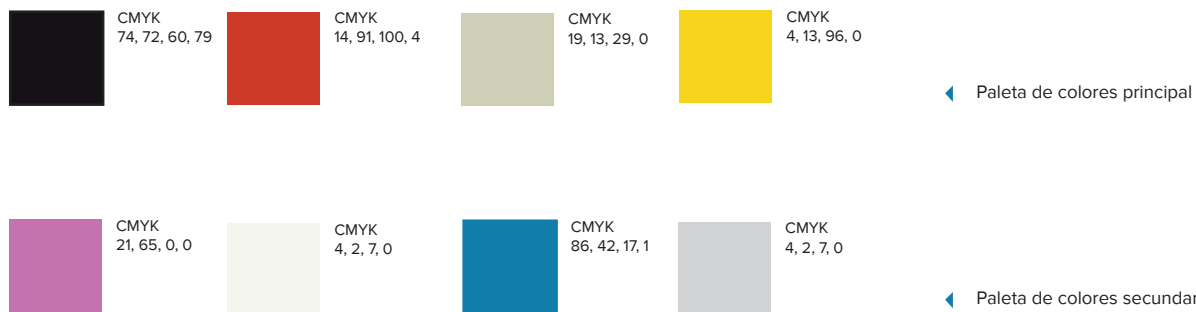
Ejemplos de retículas que serán utilizadas en el proyecto ▶

d) Colores

Al tratarse de un proyecto que tiene como material de origen los testimonios de diversas mujeres haitianas y que está entregando información real y cruda, el uso del color tiene que ocurrir como un sistema de información que no sea decorativo. El color permite diferenciar elementos y destacarlos, para rescatar visualmente cierta información.

Otra variable que se consideró al momento de seleccionar la paleta de colores fue que el problema del racismo generalmente se relaciona a los colores blanco y negro, pero para que el proyecto no sea tan radical y pueda ser atractivo para otros posibles usuarios, es necesario incorporar una capa de suavidad: colores más apastelados y no tan radicales.

Finalmente se eligió una paleta tomando como referencia el trabajo del diseño suizo y el diseñador Josef Müller-Brockmann (revisados anteriormente) sin descartar que el proyecto se trata sobre la comunidad femenina haitiana, y por lo tanto, algunos colores también deberían reflejar la idiosincrasia de la comunidad (p. e. fuertes, vibrantes, características mencionadas por ellas mismas en las entrevistas).



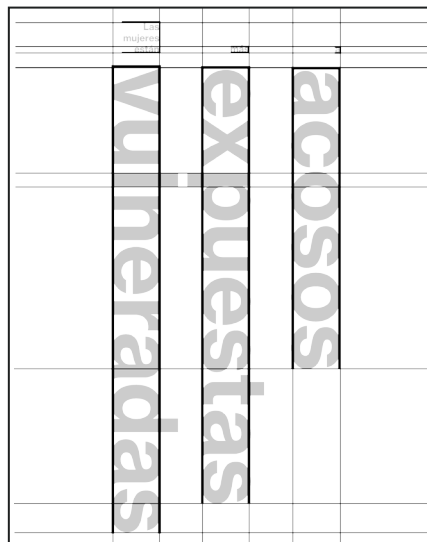
5. Proceso de diseño

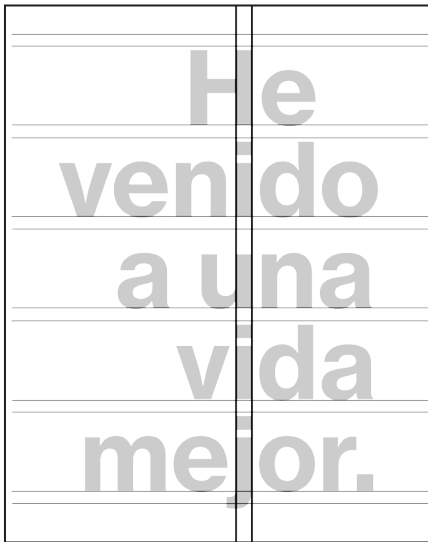
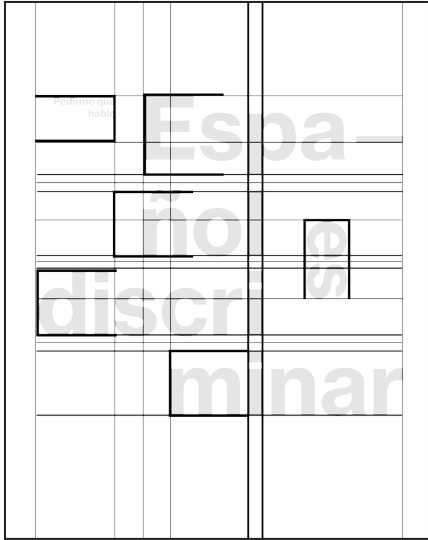
5.1 Descripción de la primera colección

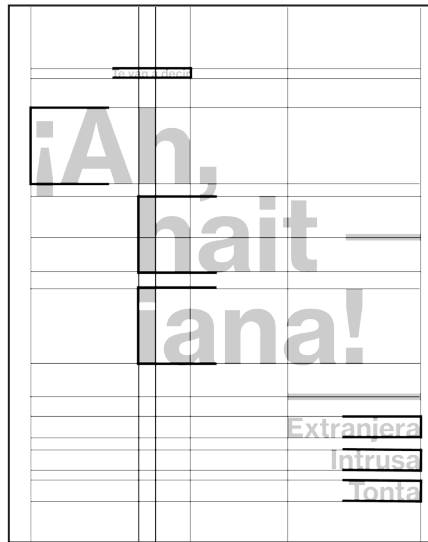
Como se mencionó anteriormente, como primer acercamiento, se utilizarán las camisetas como soporte o interfaz de comunicación para las gráficas y mensajes. Se determinó el número de piezas finales como 12, como una colección de prendas esenciales y condensada, que visibiliza aquellos mensajes o comunicaciones más relevantes.

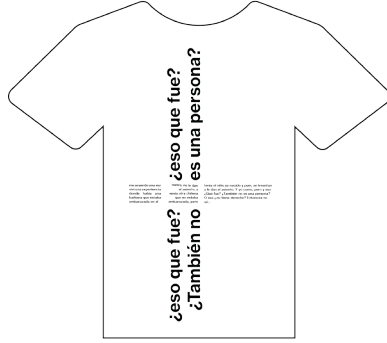
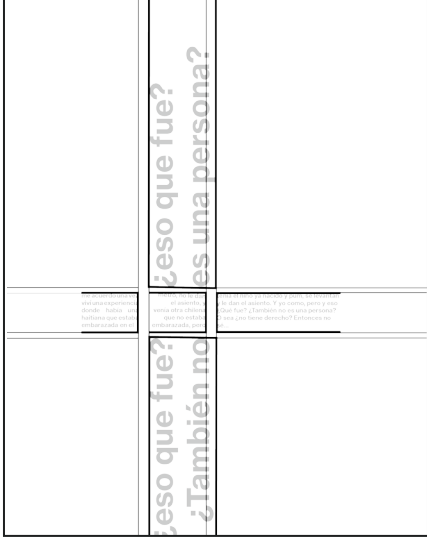
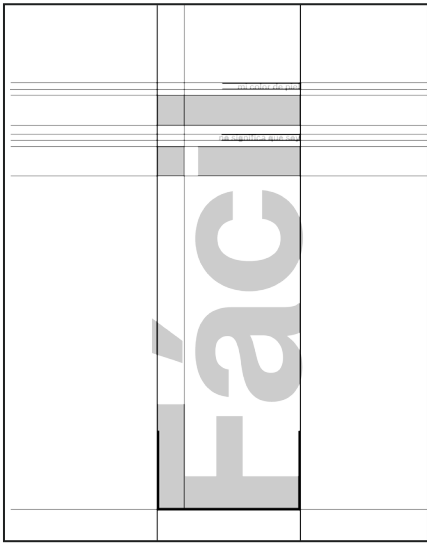
5.2 Diseño de las gráficas

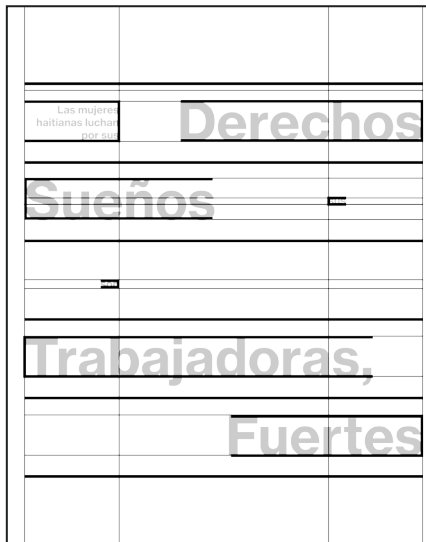
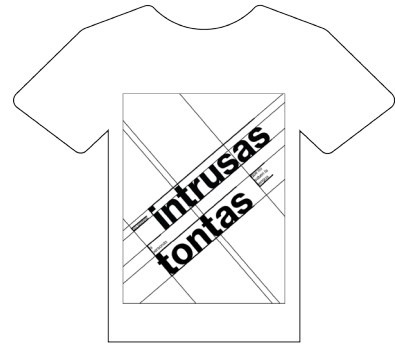
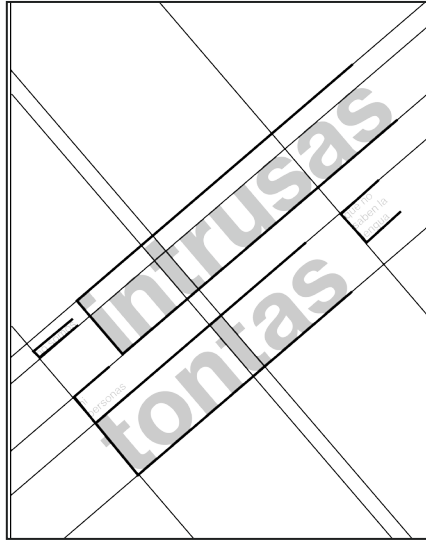
Las gráficas se diseñaron utilizando como elemento principal la grilla reticular, con líneas horizontales, verticales y diagonales. Primero se dibujaron a mano, y luego se digitalizaron y corrigieron. A continuación, se presentan los diseños finales y como estos se verán estampados en camisetas.

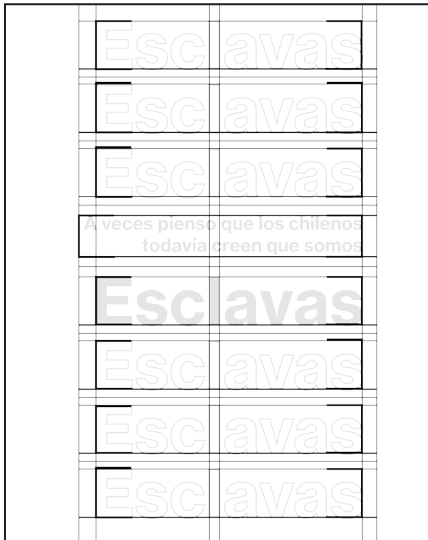
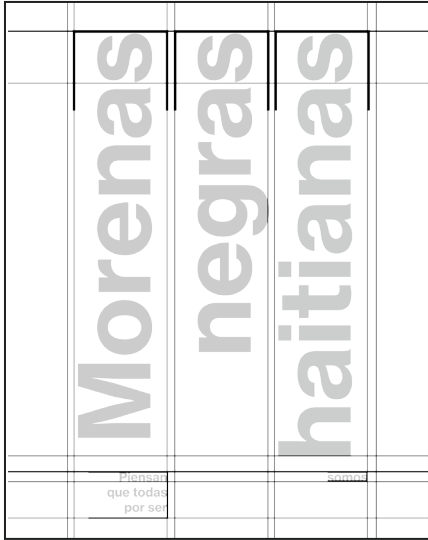












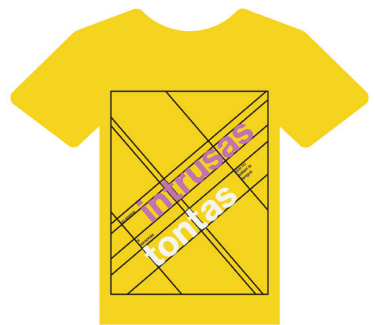
	Siendo mujer:		
	NO	NO	
		podía opinar	
	NO	NO	
		tenía voz	
	NO	NO	
		podía decir	
	NO	NO	
		quiero	



5.3 Incorporación de la paleta de colores

Para la colección final, se decidió realizar 4 series de 3 camisetas, con 4 colores base: negro, beige, amarillo y rojo, incorporando los colores secundarios de la paleta de colores a las gráficas. En seguida se presenta la visualidad de la colección final.





5.4 Identidad de marca

5.4.1 Naming

Para el nombre se utilizó el término Fanm, que, como se refirió anteriormente, es una palabra en creole haitiano que significa mujeres. Además, como se trata de una palabra corta, es fácil de recordar.

5.4.2 Logotipo y aplicación de la identidad

El logotipo de Fanm se diseñó también utilizando la grilla como base, usando la tipografía sans serif Neue Haas Grotesk, de fácil lectura. La identidad de fanm trabajó utilizando dos colores de la paleta de colores, que fueran sobrios para no destacar por sobre las prendas.

El logotipo se aplicó en dos tipos de etiquetas de satín incorporadas a las camisetetas, más una etiqueta del tipo hang tag, que da cuenta de que se trata el proyecto.



6. Colección final











me acuerdo una vez
vi una experiencia
donde habi una
latiana que estaba
embarazada en el

metro, no le dan
el asiento, y
venia otra chilena
que no estaba
embarazada, pero

tenia el niño ya nacido y pusi se levantan
y le dan el asiento. Y yo comi pero y eso
¿Qué fue? ¿También no es una persona?
O sea ¿no tiene derecho? Entonces
sé...

¿También no es
una persona?

fam















6.1 Aspectos técnicos de la colección final

Formato de las gráficas y estampados: Los diseños tienen un tamaño de 45 x 56 cms. Este formato permite el desarrollo de gráficas de gran tamaño que abarcan la zona frontal de las camisetas en su totalidad, lo que permite mayor visibilidad e impetuosidad.

Camisetas: básicas de cuello redondo, fabricadas con algodón peinado. Utilizar estas prendas es más factible por ser un formato económico.

Estampados: Por el tiraje, se realizaron en vinilo troquelado termotransferible, sustrato de estampación rápida de diseños planos sobre materiales de diversos colores.

Etiquetas: Sublimadas sobre satín en dos formatos: 4 x 5 cms y 2,5 x 6 cms, que considera dobleces y centímetros de costura.

7. Fanm en uso

Se distribuyeron 7 camisetas entre diversas personas que respondían al perfil de usuario del proyecto, incluyendo a las mujeres que habían colaborado con las entrevistas, como a personas que no conocían el proyecto. Entre ellos, se encontraban chilenas, y otras mujeres inmigrantes afrodescendientes. Para medir la factibilidad del proyecto, tiene que existir una respuesta social al diseño. Para medirlo, se les solicitó a los usuarios vestir las camisetas y salir a la calle, registrar su experiencia y contar que sucedió. Algunos estuvieron en lugares cerrados concurridos como el Mall Plaza Vespucio, o la calle, transitando en comunas como Providencia, Santiago Centro, la Florida y la Granja.

Para determinar el impacto de la experiencia social con el proyecto se realizó una pequeña entrevista con cada uno de los usuarios luego de que utilizaran las camisetas. Entre las preguntas de la pauta se encontraban:

¿Por cuánto tiempo usaste la camiseta?

¿Cómo reaccionaron las personas alrededor tuyo?

¿Te preguntaron por lo que estabas usando? ¿Qué te preguntaron?

¿Fuiste insultado?

Casi todos mencionaron que fueron observados mientras transitaban por las calles y los lugares, y también concordaban en su mayoría, que las personas de alrededor no tenían otras reacciones más que sólo mirar. Hubo algunos curiosos que se acercaron a preguntar, pero no hubo enfrentamientos negativos. Lo que sí se pudo corroborar fue que efectivamente tanto el diseñador como los usuarios se convierten en actores activos, el primero como un medio crucial en la comunicación visual efectiva de estas problemáticas y al segundo, que viste estas prendas, en un portador y difusor de estos mensajes. Las personas gustaban vestir las camisetas y sentían que estaban ayudando, porque “es necesario informar sobre la crudeza de la situación que viven la comunidad haitiana actualmente en el país, y este proyecto, como primera aproximación aporta un granito de arena”.





8. Implementación

8.1 Impacto del proyecto

Respecto a los objetivos propuestos en la formulación, se considera que el proyecto logró desarrollar una estrategia de comunicación gráfica que pudo aportar en el entendimiento y la visibilización de los conflictos y micro agresiones que enfrentan las mujeres migrantes haitianas en Chile.

Las piezas desarrolladas, por tratarse de camisetas, tienen características sencillas que lo vuelven una interfaz fácil de llevar y que además pueden considerarse una pieza de “moda” por tratarse de indumentaria que lo vuelven un proyecto que, en un futuro, pueda ser realmente comercializado y consumido por los usuarios.

Para la implementación real del proyecto se requiere realizar un proceso de investigación de mercado y testeos iterativos no solo de las piezas como interfaz de comunicación, sino del rol de los usuarios al momento de utilizarlas. Es necesario conocer qué realmente está pasando cuando estas piezas son utilizadas masivamente. Esto involucraría trabajar juntamente con actores clave como la comunidad haitiana en Chile, y organizaciones como la OHHAUCHI (organización de migrantes haitianos unidos en Chile) o la Coordinadora Nacional de Migrantes, que constantemente se encuentran desarrollando instancias y proyectos que apoyen a los inmigrantes viviendo en el país, y que podrían otorgar la validación y espacios necesarios para poder incluir este proyecto propuesto a sus movilizaciones e intervenciones.

También se considerará la posible incorporación del proyecto a espacios que se dedican a comercializar diseño chileno y streetwear como Tienda Purga, Proyecto Metañoia, o el Bazar de artes visuales y oficios del Barrio Italia.

8.2 Business model canvas

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<p>Comunidad haitiana en Chile</p> <p>OHHAUCHI (organización de migrantes haitianos)</p> <p>Coordinadora Nacional de Migrantes</p>	<p>Recursos clave</p> <p>Insumos gráficos</p> <p>Diseño, confección y estampado de las piezas</p>	<p>El proyecto permite desarrollar prendas cotidianas, fácil de intervenir y replicar, que puedan ser utilizadas como dispositivos portadores de mensajes, para visualizar, comunicar y concientizar al público sobre problemas sociales tanto locales como globales, como lo son la discriminación racial y otras formas conexas de intolerancia en contra de grupos de inmigrantes negros como lo son las mujeres haitianas.</p>	<p>Canales</p> <p>Canal de distribución directo de equipo Fanm, Tienda Purga, Proyecto Metanoia, Bazar de artes visuales y oficios. Canal de post-entrega (post-venta): Página de Instagram y mail.</p>	<p>Mujeres y hombres chilenos y migrantes entre 18 y 35 años en favor de la migración. Organizaciones sociales que desarrollan distintas plataformas de discusión o manifestaciones relativas a problemas de discriminación racial, desde la teoría, la academia, las artes, la cultura y la educación y necesitan de mayores instancias para potenciar su discurso.</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>Producción de las piezas: camisetas, estampados de las gráficas e impresión de las etiquetas.</p> <p>Distribución, difusión.</p>		<p>Fuente de ingresos</p> <p>Fondos concursables y crowdfunding.</p>		

8.3 Estrategia de financiamiento

Son tres las estrategias de financiamiento que guardan relación con el proyecto Fanm.

a) Intercambio Cultural del Fondart Regional: Este fondo tiene como fin fomentar el intercambio entre las culturas locales y las que son aportadas por las comunidades extranjeras presentes en nuestro país (CNCA, 2014) El monto máximo a postular es de \$5.000.000 (cinco millones de pesos). La intención es asociarse con socios claves, como organizaciones sociales de migrantes y organizaciones y fundaciones pro-migración para formar un equipo de trabajo formal que pueda postular al fondo y así poder financiar el proyecto Fanm.

b) Fondo de fortalecimiento de las organizaciones de interés público (FFOIP): Este fondo nace a partir de la ley 20.500 sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Su objetivo es financiar iniciativas de carácter local, regional y nacional, cuya finalidad sea la promoción del interés general en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente o cualquier otra necesidad de bien común (Guía de fondos concursables, 2019). Para este fondo en particular, es necesario que una organización como socio clave pueda postular, y una vez se haya adquirido el fondo, se pueda destinar algún porcentaje de este para el financiamiento de Fanm. Los montos destinados a financiar organización son \$2.000.000 (dos millones de pesos) para el ámbito local, \$4.000.000 (cuatro millones de pesos) para el ámbito regional y \$10.000.000 (diez millones de pesos) para el ámbito nacional.

c) Crowdfunding: El micromecenazgo o el financiamiento colectivo consiste en la cooperación y donaciones de terceros para la realización de un proyecto, generalmente mediante redes sociales. Kickstarter (www.kickstarter.com) es una red de crowdfunding internacional en la que se exhiben proyectos de distinta índole, se crea una campaña de recolección de fondos en las que es posible ofrecer merchandising, como también créditos dentro del proyecto a quienes deseen colaborar con la misión. En Latinoamérica están Ideame (www.idea.me) y en Chile, Dale Impulso (www.daleimpulso.com), Catapúltame (www.catapultame.cl/) Esta estrategia entrega mayor libertad para el desarrollo del proyecto y permite microfinanciarlo con aportes de privados. Esta parece ser la estrategia más acertada, ya que por el tipo de proyecto que significa Fanm, no encaja con los requisitos establecidos de los fondos concursables del gobierno y otros.

8.3.1 Costos de producción

En esta sección se adjunta el detalle de los costos de la primera colección, basado en los costos reales en que se invirtió para poder realizar el prototipo final. Esta se efectuó sin considerar el costo del trabajo del diseñador y el fotógrafo. Solo se consideraron los costos del producto (camiseta) final.

Camisetas (al por mayor) <i>Confeción</i>	\$1.600 c/u
Estampados <i>Troquelado y estampación de vinilo termotransferible textil</i>	\$5.000 c/u
Etiquetas <i>Sublimación textil sobre satín, corte y sellado</i>	\$240

Etiquetas hang tag	\$65 c/u
<i>Impresión a color (incluye sustrato: papel couché de 300 grs, y termolaminado mate)</i>	
Total, costo 1 pieza:	\$6.905
Total, colección:	\$82.860

8.4 Difusión

Por tratarse de un nuevo proyecto dirigido a personas entre 18 y 35 años y que no cuenta con un canal o plataforma de difusión oficial, para lograr un mayor alcance, diálogo e interés por el producto se decidió llevar el proyecto a la plataforma de Instagram.

Las redes sociales hoy en día constituyen una ventana para salir al mundo, así mismo se instauran como plataformas de difusión y canales para generar redes de contacto con potenciales usuarios. Además, se han establecido como nuevas herramientas para desarrollar negocios y comercializar productos.

Al ser una red dinámica y principalmente visual, Instagram permite una interacción en tiempo real con los usuarios, que logran visualizar tus productos tan pronto como publicas una imagen, algo clave para divulgar y expandir y el proyecto.

Además, se desarrollaron algunos afiches que serán dispuestos en la calle como forma de dar a conocer el proyecto en el contexto urbano.



Ejemplos del formato de posts de Instagram. Los posts deben ir acompañados de textos que contextualicen de que trata la publicación.

9. Conclusiones y proyecciones

Respecto a las proyecciones del proyecto, una aproximación inicial para expandir el proyecto sería el desarrollo e incorporación de un sistema de comunicación más complejo y completo que adhiere diversos otros formatos impresos y medios digitales y audiovisuales.

En Chile, a pesar de ser un país que se encuentra trabajando en políticas migratorias y la integración de los diversos inmigrantes a la sociedad, aun existe un rechazo por parte de los ciudadanos locales a aquellos que llegan desde fuera. Sobre todo, a aquellos que representan minorías raciales como indígenas e inmigrantes afrodescendientes. El color de la piel de las personas los hace blancos de discriminación, racismo y malos tratos. Sobre todo, a aquellos que no dominan la lengua hispana, como la comunidad haitiana, que fueron referidos como una comunidad que en Chile tiene un proceso de adaptación difícil y duro.

Es por esto por lo que se vuelve imperante generar instancias para colaborar directamente con ellos, para conocer de forma directa cuales son sus principales conflictos y necesidades. El diseño presenta una oportunidad y un medio para generar articulación con diversos grupos humanos y disciplinas para trabajar en pos de su bienestar social.

A través de la realización de este proyecto se pudo constatar la capacidad activista y de intervención social de la disciplina del diseño y del diseñador, como un actor activo consciente, intermediario entre la información, los usuarios y una sociedad que muchas veces es prejuiciosa. Como se revisó en el documento, el diseño gráfico, tiene la capacidad de hacerse cargo de temáticas de índole social, tomando la gráfica y la indumentaria, como una pieza para vestir, como medio y una herramienta de cambio social, ya sea de manera participativa o como protesta. El proyecto Fanm, se apodera de la indumentaria, y en este caso en específico, de una pieza básica y fácil de vestir, como lo es la camiseta. Ahora como una interfaz de comunicación, la polera funciona como un soporte para la visibilización de los conflictos que enfrentan las mujeres haitianas en nuestro país. No sólo funciona como un sustrato para contener una capa de información gráfica, si no que ahora es un elemento que tiene la facultad de identificar aliados en pro de la migración. El proyecto tiene un factor de empatía, que requiere que como usuarios podemos vestirnos con las voces de estas mujeres expresando apoyo a la comunidad.

En cuanto a las proyecciones de Fanm, se hace necesaria la presentación del proyecto mediante un canal oficial a organizaciones a fin, para saber realmente cual es el impacto real que podría tener el proyecto, y conocer si realmente es factible comercializarlo. Además, explorar la posibilidad de expandir la línea, realizando otras colecciones con las experiencias de otras comunidades inmigrantes y minorías sociales del país.

Finalmente, y a modo de cierre, cabe destacar que, en lo personal, durante el proceso

de desarrollo de este proyecto de título, fue muy interesante conocer la realidad de diversas mujeres haitianas viviendo en Chile, que se consideran uno de los grupos inmigrantes más vulnerables en el país, y poder aportar desde mi disciplina, a que se conociera y se visibilizara esta problemática. Es gratificante considerar el poder que tiene el diseño y las capacidades que se tienen como diseñador. Usualmente las personas externas a la disciplina tienen una visión muy distinta, muy apegada a la producción de productos, pero los diseñadores poseen las competencias necesarias para explorar otras áreas, como el uso de la disciplina para generar cambios en la sociedad, y de este modo poder realizar un aporte significativo al país y a la comunidad inmigrante.

VI. Bibliografía

Aldunate, R., Contreras, G., De la Huerta, C. & Tapía, M. (2017). CARACTERIZACIÓN DE LA MIGRACIÓN RECIENTE EN CHILE. Mayo 28, 2019, de Banco Central de Chile Sitio web: https://www.bcentral.cl/documents/20143/1147995/rec_v21n3_diciembre-2018pp110-123.pdf/65fe9786-ee26-90be-34ab-e3f287f95f2e

ANEPE - Academia Nacional de Estudios Políticos y Estratégicos – Ministerio de Defensa Nacional. (2015). La migración en Chile: Develando el mito. Junio 2, 2019, de Centro de Investigaciones y Estudios Estratégicos Sitio web: <https://www.anepe.cl/la-migracion-en-chile-develando-el-mito/>

Blanco, C. (2000). Las migraciones contemporáneas. Madrid, España: Alianza Editorial S.A..

Brunel, C. (2002). The T-Shirt Book. Nueva York, EE.UU.: Assouline Publishing Inc.

Centro Nacional de Estudios Migratorios, Universidad de Talca. (2019). HAITIANOS EN CHILE Integración laboral, social y cultural. Junio 10, 2019, de Universidad de Talca Sitio web: HAITIANOS EN CHILE Integración laboral, social y cultural Sitio web: http://www.cenem.otalca.cl/docs/publicaciones/Haitianos_en_Chile.pdf

Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía. Movimientos migratorios: enfoque y evolución. Julio 1, 2019, de Junta de Andalucía Sitio web: http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/comun/multiculturalidad/pdf/modulo1.pdf

Departamento de extranjería y migración. (2018). Estimación de Personas Extranjeras Residentes en Chile. Julio 1, 2019, de Instituto Nacional de Estadísticas Sitio web: <https://www.extranjeria.gob.cl/media/2019/04/Presentaci%C3%B3n-Extranjeros-Residentes-en-Chile.-31-Diciembre-2018.pdf>

Departamento de Extranjería y Migración. (2017). Minuta: Migración Haitiana en Chile. Junio 10, 2019, de Ministerio del Interior y Seguridad pública, Gobierno de Chile Sitio web: <https://www.extranjeria.gob.cl/media/2019/04/boletin-1-Migraci%C3%B3n-Haitiana.pdf>

Di Donato, J. (2017). RCL Exclusive The Political Messages of New York Fashion Week. Noviembre 14, 2018, de RealClear Life Sitio web: <http://www.realclearlife.com/fashion/new-york-fashion-week-politics/>

Espinoza, J. (2019). María Emilia Tijoux: “El problema es el racismo, no las inmigrantes”. Junio 29, 2019, de Observatorio Género y Equidad Sitio web: <http://oge.cl/maria-emilia-tijoux-el-problema-es-el-racismo-no-las-inmigrantes/>

Frascara, J. (2004). Diseño Gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.

Fuad-Luke, A. (2009). Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world. 2009. UK & USA: Earthscan.

Hollis, R. (2006). Swiss Graphic Design the Origins and Growth of an International Style. Estados Unidos: Yale University Press.

Instituto Nacional de Derechos Humanos. (2018). Manifestaciones de discriminación racial en Chile: un estudio de percepciones. Mayo 28, 2019, de INDH Sitio web: https://www.indh.cl/bb/wp-content/uploads/2018/01/Cap1_Manifestaciones.pdf

Jones, T. (2012). Vivienne Westwood. Colonia, Alemania: TASCHEN.

Jordan, T. (2002). CHAPTER ONE: Societies in Pieces, Movements in Action. In *Activism! Direct Action, Hacktivism & the Future of Society* (pp. 6–23). Reaktion Books Ltd. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=poh&AN=48970195&lang=es&site=ehost-live>

Lurie, A. (1994). El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir. Barcelona: Paidós.

Milton, G & Ilić, M. (2006). *Diseño de Protesta*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Mower, S. (2017). Katharine Hamnett, London's Activist Fashion Warrior, Is Back With a Sustainable Buy-Now Collection. Noviembre 14, 2018, de Vogue. Recuperado de: <https://www.vogue.com/article/katharinehamnett-launches-sustainable-buy-now-collection>

Müller, M. (2015). Josef Müller-Brockmann Pioneer of Swiss Graphic Design. Zurich, Switzerland: Lars Müller Publishers.

París Pombo, M. (2002). Estudios sobre el racismo en América Latina. *Política y Cultura*, (17), 289-310.

Rojas, N., Amode, N., & Vásquez, J. (2015). Racism and “inclusion” matrices of Haitian migration in Chile: conceptual and contextual elements for discussion. *Polis (Santiago)*, 14(42), 217-245. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682015000300011>

Rojas, N & Silva, C. (2016). La migración en Chile: Breve reporte y caracterización. Junio 29, 2019, de Observatorio Iberoamericano sobre movilidad urbana Sitio web: <https://www.documentcloud.org/documents/3406604-Informe-Julio-Agosto-2016.html>

Rubiano, E. (2015). Diseño socialmente responsable: una reflexión sobre el activismo gráfico. *Esferapública*. Recuperado de: <https://esferapublica.org/nfblog/disenio-socialmente-responsable-una-reflexion-sobre-elactivismo-grafico/>

The Recreationalist. (2018). Doing Things with Subliming.jpg, aka Tessa Forrest. Noviembre 20, 2018, de Outdoor Voices. Recuperado de: <https://therecreationalist.outdoorvoices.com/doing-things-with-sublimingjpg-aka-tessa-forrest/>

Tijoux M & Córdova M (2015). Racismo en Chile: colonialismo, nacionalismo, capitalismo. *Polis [En línea]*, 42 | 2015, Publicado el 27 febrero 2016, consultado el 23 noviembre 2018. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/polis/11226>

Unión Interparlamentaria, Organización Internacional del Trabajo & Naciones Unidas. (2015). *Migración, derechos humanos y gobernanza*. Francia: Unión Interparlamentaria.
Vico, M. (2013). El Estilo Tipográfico Internacional, su llegada a Chile. Mayo 30, 2019, de Revista Chilena de Diseño Sitio web: <https://rchd.uchile.cl/index.php/RChDCP/article/view/42664>

Volonté, P. (2009) El creador de moda como creador de comunicación". Revista empresa y humanismo. 2009, VOL. 12, N°. 2, PÁG.193-226.

Waldman Mitnick, G. (2004). Chile: indígenas y mestizos negados. Política y cultura, (21), 97-110. Consultado el 25 de noviembre de 2018, Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422004000100007&lng=pt&tlng=es.

Waters, J. (2015). Vivienne Westwood's top ten political moments. Noviembre 14, 2018, de Dazed. Recuperado de: <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24335/1/vivienne-westwood-s-top-ten-political-moments>

VII. Anexos

Anexo 1: Entrevistas

Pauta Entrevista

Edad, Ciudad natal, Ocupación.

- 1) ¿Hace cuánto tiempo llegaste a Chile?
- 2) ¿Por qué dejaste Haití y decidiste migrar a Chile?
- 3) ¿Cómo ha sido tu estadía en Chile? ¿Buena? ¿Ha sido fácil? ¿Difícil?
- 4) ¿Cuáles creen que son las mayores dificultades que debe enfrentar un migrante haitiano al llegar a un país como Chile?
- 5) Crees que toda esta experiencia y el proceso de adaptación es más difícil para las mujeres migrantes? ¿Por qué?
- 6) ¿Te has sentido discriminada o acosada? ¿En qué situaciones? ¿Qué te han hecho / dicho? ¿Qué prejuicios o estereotipos tiene la gente de uds?
- 7) ¿Qué te gustaría que los ciudadanos chilenos supieran acerca de la migración y las mujeres haitianas? ¿Qué crees que hace falta en Chile para mejorar la experiencia de las mujeres migrantes?
- 8) ¿Qué les dirías a los chilenos que los han discriminado? Finalmente, para ayudarme con la configuración de la identidad de mi proyecto:
- 9) ¿Cómo describirías a las mujeres haitianas? ¿Cómo son sus personalidades? ¿Cómo les gusta vestirse? ¿Qué colores usan?

I. Vanessa Jn Baptiste, Puerto Príncipe, 25 años, traductora.

- 1) Son 4 años desde que llegué a Chile
- 2) No dejé Haití, cuando vine a Chile hacían más de 10 años desde que no vivía en Haití.
- 3) Ha sido buena, ha sido una etapa donde pude descubrir quién soy e ir escalando hacia mi sueño.
- 4) Definitivamente el idioma, luego el clima y de ahí cambios culturales y sociales también en la mayoría de los casos.
- 5) No sé porque, no me atrevo a decir que sí (aunque debe haber una excepción como en toda regla). Siento que el hombre de una forma u otra es como más rudo y puede pasar con más facilidad a través de este proceso de adaptación y resignación en muchos casos.
- 6) Afortunadamente he estado todo el tiempo del buen lado de la mesa y no me ha pasado ningún tipo de acoso o parecido, pero lamentablemente he escuchado y visto de cerca de amigos y en las noticias. Es profundamente triste que aun en días tan modernos que el respeto hacia la diferencia de los demás no se entienda como bonito, distinto y que aporta en todos los aspectos de nuestra sociedad.

II. Berdine Castillo, Puerto Príncipe, 19 años, deportista chilena-haitiana.

- 1) La mayor dificultad yo creo que es el idioma, si no manejan el español los pueden pasar a llevar, tipo defraudar o aprovechar de ellos.
- 2) Yo creo que sí, siento que están más vulneradas, más expuestas a acosos y cosas por el estilo.
- 3) Discriminada no, la verdad es que desde que llegué a Chile he sido bien recibida a donde vaya.

¿Acosada? No, o sea son esas típicas situaciones en las que una mujer va caminando y te dicen o gritan tonteras, pero nunca he estado en una

situación tan fuerte.

4) Lo que me más me gustaría es que conozcan, aprendan de uno, como la cultura, el por qué vienen a Chile, y que no juzguen inmediatamente solo porque uno tiene un color de piel o rasgos distintos. En los últimos años han llegado a Chile miles de haitianos buscando vivir mejor. Acá no está la panacea. Viven hacinados, los explotan laboralmente y sufren el racismo de una sociedad que todavía no se termina de acomodar a estos nuevos tiempos. Muchas de esas humillaciones han quedado expuestas para todo el mundo. Es fuerte, es fuerte para mí, me da cosa.

5) No entendí la pregunta

6) ¿Cómo somos las haitianas? Hablaré más de mi experiencia jajaja porque como llegue muy chica a Chile no manejo tanto lo que es la cultura haitiana, pero con lo que me acuerdo es que usan muchos colores fuertes, llamativos, con respecto a la personalidad risueñas jajaja con una risa super fuerte.

III. Charlancia Remy, Jacmel, 21 años, estudiante de segundo año de Relaciones Públicas y ejecutiva de ventas en una empresa de tecnología.

- 1) Llegué acá hace 2 años. Pronto 3.
- 2) Al No poder ingresar en la universidad y al hecho de que mi papá estaba en otro país, aproveché las oportunidades Y también la idea de conocer otra cultura, más personas y ampliar mis horizontes.
- 3) Al principio me ha costado un poco, cómo la mayoría de mis compatriotas. Al hacer un cambio así de radical siempre cuesta. Pero no es imposible. La idea es estar dispuesta y flexible a la adaptación.
- 4) La mayor barrera es la lengua. Al salir de un entorno francófono para llegar a uno hispánico siempre cuesta si no llega con una base. Y la mayoría de las personas que vienen acá, son personas que buscan oportunidades para salir adelante sin tener alguna base del español.
- 5) Depende y eso es tanto para hombres como mujeres. Si es alguien que tiene un familiar acá va a tener menos gastos y más oportunidades para salir adelante. Mientras que uno que viene así, son tener a nadie, es un poco más complicado la verdad.
- 6) Nunca me discriminaron acá.
- 7) Me gustaría que supieran que las mujeres haitianas son tan fuertes como las chilenas. Luchan por sus derechos, sus sueños. Son trabajadoras, fuertes, llenas de coraje y amor.
- 8) Hace falta que nos apoyan más. Que no vean a mis compatriotas como intrusos o como persona tonta que no sepan la lengua. En vez de eso, podrían ayudar a las mujeres haitianas a desempeñarse como esposa madre y trabajadora.
- 9) Les diría que el mundo es muy amplio y que deberían abrir sus mentes. Que nuestra verdadera nacionalidad es la humanidad. Que el mundo es un todo.
- 10) Las mujeres haitianas son estas mujeres que no temen luchar por sus sueños cómo madre, esposa, hermana, etc. No tienen miedo de arriesgarse para salir adelante. Son amables, sonrientes, algunas con un poco de rudeza, pero buena. Les encantan los jeans y poleras y les gustan los colores vivos que les recuerdan los colores del Caribe.

IV. Magena Belizaire, Sur de Haití, Aux Cayes, 23 años, estudiante de diseño de modas.

¿Es difícil aprender español?

M: Bueno sí igual porque es un idioma que no has crecido con él, es un idioma que a pesar de que yo lo tenía dentro de mis ramos colegial, pero... no nos enfocábamos mucho en español. Quizás inglés, aunque los haitianos no saben hablar inglés, pero siempre va a salir una palabra como "I don't know", "You know what I'm saying", cosas así. Pero no hablan el idioma, pero siempre dicen algo en el idioma, a veces ni siquiera saben lo que significa, pero es el costumbre.

Yo conozco, bueno, mi hermana mayor tiene unos amigos haitianos que vivieron en República Dominicana y por eso hablan español. Y llegaron acá también hablando español.

M: Sí, sí, pero en mi caso, yo vine directo de mi país acá, directo, y tengo más de 5 años, creo que el 10 de junio cumpliré 6 años acá. Vine a los 17.

¿Hace mucho tiempo, y muy joven!

M: Sí, tengo 23 años.

Te quería preguntar eso, tu edad, tu ciudad natal y tu ocupación.

M: Tengo 23 años. Yo soy del sur, Au Cayes, pero desde los 8 años... ¿Te lo delecteo? (Me explica cómo se escribe) Pero desde los 8 años vivo en Puerto Príncipe, debido a la muerte de mis padres.

Estás solita entonces acá

M: No, no me encuentro sola. Eh, estoy con mis hermanos, eh, somos siete en realidad, y los siete estuvimos acá, pero una, la que eh... la que fue la primera en llegar ahora tiene una hija y, bueno mentira, tiene dos, ósea, está esperando una y ya tiene una de 5 años, creo, pero ahora se encuentra en Estados Unidos, es decir que acá estamos los seis. Y, ¿Qué hacemos? Yo estudio, y... estudio diseño de moda, somos cinco mujeres y dos hombres, y... los dos hombres están estudiando, hay uno que estudia acá en Universidad Autónoma, Ingeniería Comercial, creo y... el otro estudia en Inacap también donde yo estudio, eh... estudia Ingeniería, este... Informática, porque a él le encanta esa cosa.

Todos estudian.

M: Sí, sí, somos los tres que estudian en realidad. Las demás, eh... por ejemplo la primera y la segunda ya han estudiado en mi país, ya tienen su título y todo, pero como la cosa no estaba buena entonces, trabajo no podían encontrar, y al llegar acá no podían como entrar y empezar a trabajar ya que, los papeles de mi país no están reconocidos acá, entonces es todo un proceso. Lo mismo que pasa conmigo, que cuando llegué podía haber solamente, eh... podía solamente entrar y hacer el cuarto medio, que era lo último que me quedaba en mi país, pero como el papel no... no está como... conocido, entonces tuve que empezar desde primero medio ¿Así se dice? (sí) primero medio, entonces, pero gracias a dios hice 2x1, porque si no hubiera hecho cuatro años.

Cuatro años, si es mucho tiempo.

M: Mucho tiempo, sí. Entonces hice primero y segundo, tercero y cuarto, luego de eso terminé creo en 2015, creo... pero después me metí en la Academia de modelaje y... eh... mientras que estoy en la Academia, eh... fui a estudiar inglés, después salí del inglés, porque mi situación económica no estaba tan buena ya que, yo soy una persona muy ambiciosa, me gusta todo todo todo todo, entonces mis hermanos no estaban como

dispuestos a cumplir todos mis gustos. Mis gustos costosos [se ríe] Por así decirlo, y... bueno, entonces en 2017, eh, trabajé hasta que conseguí el dinero y estudié el inglés, lo que yo quería, ya que quería estudiar azafata, si no era azafata era traductora, quería ser, porque igual soy muy egoísta porque llegué acá y veo que hay chilenos que hablan inglés y yo, ¿WTF? [se ríe]. Yo que soy haitiana, ósea, en mi país hay el idioma, hay mucho turista que vienen y ¿cómo ellos hablan el idioma? No no no no, no señor. Entonces, yo me metí, lo estudié, y ahí como que, saqué mi... el título de nivel superior, entonces de ahí también quería como ir a Estados Unidos y no podía por cosa de los papeles, entonces... quería ir a estudiar allá entonces... dije no, al final estudio acá.

Bueno, ahora con Trump es difícil.

M: Uy sí, es como acá con... ¿Cómo se llama? Con... ¿Piñera? [se ríe] Es difícil que los haitianos vengán acá, es difícil. Peroooo sí, estoy dispuesta a responder cualquier pregunta.

¡Muchas gracias! La primera pregunta es, ¿Hace cuánto tiempo llegaste a Chile?

M: Ehm... Llegué el 10 de junio del 2013. Sí, voy a tener seis años, el 10 de junio.

¿Por qué dejaste Haití y decidiste migrar a Chile?

M: ¿En Chile? Ehm... ¿La verdad? eh... Bueno, como te venía diciendo que dejé mi país, ósea mi ciudad natal, y me fui a vivir a Puerto Príncipe, la capital, debido a la muerte de mis padres, ya que estaban enfermos, y todo eso... Ya que, mi papá murió cuando yo tenía cinco años, yo era una bebé, no me decían, no sabían nada, y después de los tres años falleció mi mamá, entonces... bueno, dicen los rumores que es porque ellos estaban enfermos, pero en realidad, hasta ahora, no me quisieron decir el porqué, el verdadero porqué. Entonces de ahí mi tía, nos llevó a los siete a la ciudad, ella tenía una hija única y quedamos donde ella, ella nos pagó... ósea, a las otras hermanas que ya estaban terminadas la universidad, en cuanto a mí el colegio y a otro hermano... Yo soy la menor de los siete, entonces, eh... de ahí después mi tía, después de años, ¿creo que yo tenía como... 16 años? Ella se fue a Estados Unidos con su hija y nos dejó sola, pero antes de que ella se fuera, una hermana ya estaba acá. Osea, porque igual con 30... ósea, no, mi hermana tenía... con 26 años por ahí, no podía estar viviendo bajo la responsabilidad de tu tía, entonces igual mi tía no era tan amable como digamos, sí, pero, como que es de esa persona que si te doy algo, y si hay pelea yo te lo repito. Es como...

Mi papá también es así.

M: Sí, parece que todos los padres son así, ósea, ¿Que les pasa? [se ríe] Si me vas a ayudar, ayúdame, pero no me repitas las cosas en cara. Entonces al final mi hermana decidió venir acá... entonces cómo es hermana, eso es una cosa de los haitianos como que la familia es lo primero. Osea, yo he visto acá, la familia incluye hermanos, padres, nada más. Quizás primos podría ser, pero familia, familia es eso en realidad. Pero no, nosotros son el tío, la tía, el hermano, el primo, ¡uf! No sé cuántos, toda la familia. Entonces mi hermana podría haber llegado acá y empezar a trabajar por sí sola, ósea, siendo no sé, ella también es una persona con mucha ambición, pero no. Ella llegó y trabajó y empezó a entrar a nosotros. Entonces la razón por la que yo vine también, porque mi hermana dijo, pucha, yo soy la menor entonces, y ella está acá, y me entra a mí, voy a tener más posibilidad como... de estudiar y trabajar, terminar no sé... estudiar lo que yo quisiera... y eso fue la razón más que nada por lo cual vine acá, porque tampoco eh... la situación no estaba buena como digamos, pero eh... en nuestro entorno no teníamos problemas por así decirlo como, muy... exagerados... Eh... porque mi tía estaba casada con un hombre que el es haitiano pero desde chiquito vivió en Estados Unidos, es decir, todos

sus hijos son Estado... Unidenses? No sé cómo se dice, entonces el tiene como... tiene como para ayudarnos, entonces pero igual lo más fuerte es que mis hermanos no le gustaban la forma como mi tía nos estaba ayudando, como repetir las cosas, eso fue más que nada, y eso, yo dije, ya voy a venir, voy a tener más posibilidad, ya que en mi país yo me encerraba en mi mundo, no tenía voz, siendo mujer, no podía opinar, no podía decir, pucha no, no quiero eso, quiero otro, o no sé.

¿En Haití los hombres también son muy machistas?

M: Los hombres son, pero muy, así de mayúscula, muy machistas. Osea todo son ellos, ellos y nada más. Mujeres no pueden opinar, mujeres no pueden nada, todo tiene que obedecer, entonces a mí no me gustaba. Eso también es una razón por la cual yo en mi país no tenía novio, no tenía porque yo he vivido, yo he visto como los novios de mis hermanas le estaban pegando, pero fuerte, entonces yo dije no, mejor estar sola que, bueno yo no tenía tanta capacidad de, porque yo era una niña, pero yo sabía lo que era bueno y malo. Entonces, por eso vine acá, y al llegar acá yo soy otra mujer, soy otra mujer.

La tercera pregunta tiene que ver con eso ¿Cómo ha sido tu estadía en Chile? ¿Ha sido fácil?

M: ¿La experiencia?

Sí. ¿Ha sido difícil?

M: A ver, desde que salí del aeropuerto ya [se ríe] es como entrar al infierno, porque hacía un frío...

¿Eso es lo más terrible?

M: Sí, es que llegué en junio, donde el frío ¡Uy! Pero... más allá de eso, del clima y del país, si no como me han tratado los ciudadanos... que es lo diferente. A ver, es como, no sé, igual los entiendo. Porque si ellos fueran a mi país, obviamente, a lo mejor, yo no, pero yo sé que otros haitianos son racistas, obviamente van a hacer lo mismo o peor, de lo que me han hecho acá. Yo he sufrido bullying, pero no de esos típicos bullying como para echarme para abajo, como... no. Yo jamás... sí me caí ósea, lloré cuando me hacen esos bullying, pero siempre he tenido como a gente a mi lado que me ayudaba a levantar mi autoestima. Me acordé de que yo estaba en cuarto medio y era como 2015, cuando esos pañuelos estaban de moda... entonces, bueno yo soy una persona muy Fashion, entre comillas, me gusta lo extravagante, me gusta... yo soy así [se ríe]. Entonces, yo ponía, ósea el estilo, mi pelo es crespo, entonces yo dije ya, hoy día voy a poner un pañuelo nada más y voy al colegio, y cuando llegué, ósea, yo era la única morena, la única negra allá entonces todos estaban como que ¿qué? Y yo normal, y... se reían de mí y me decían "ah, eso, parezco una vieja, parezco una... ¿De donde sacó ese estilo?" Y yo como tratando de defenderme, "ah es que ustedes no saben nada, ustedes se cierran en su círculo, ven noticias, ven..." Estaba como tratando de defenderme, pero llorando porque igual yo era muy tímida, ahora tengo mucha personalidad para expresarme, pero no, antes cualquier cosa que uno me decía en la calle, yo caminaba, la gente me mira, yo lloraba, no... yo lo pasé pésimo como... dos años atrás, no. Me acordé una vez, yo trabajaba por ahí, en un restaurant, y en ese tiempo yo vivía en Lo Ovalle. Entonces, como que... es una cosa que yo nunca hago, entre todos los haitianos nunca hago, no pagar. Subir al bus y no pedir permiso. Entonces, yo... yo subí como... que de mi casa para Gran Avenida son 15 minutos caminando... Ya venía 15 minutos caminando entonces yo dije pucha, ¿será que voy desde Lo Ovalle acá a pie? Porque igual es una larga distancia... entonces yo dije no, voy a ver si me dejan entrar. Entonces, en ese tiempo era solamente 301 que no tenía ese... ese...

¡Ah! Sí entiendo, se llama torniquete.

M: Ajá. Era solamente 301 donde tu pasa, permiso y te vas. Entonces, em... yo subí y había muchas personas, muchos chilenos y yo era la única extranjera, por así decirlo, y... entré como que "Hola, permiso" y cuando estaba como al medio, como entrar, y él me llamó, me dijo "bájate" y yo como "¿por qué me tengo que bajar?" "Ah, bájate porque tu no pagas" Yo dije, yo no era la única, hay muchas personas que suben y no pagan y yo, por ser buena persona te dije permiso "hola, permiso, ¿puedo pasar?" no me pescaste, ósea, no es mi culpa, yo le dije, "sí no tengo pase, pero... es primera vez" Así le dije, como tratando de, bueno, no es su cosa, no es su problema igual, y el me dijo "ah, no es mi problema, bájate, ahí cerca está el metro" Yo como... y yo bajé pero, lo que más me frustró era la reacción... era como la gente me miraba... todos estaban ahí mirándome, sabiendo que no era la única, había muchas personas que pasaban, entonces, mi dilema no es que el me haya bajado del bus, si no que las personas que me vieron, entonces yo dije, como tan, no sé, nadie dijo nada, sabiendo que yo no era la única... todos como que no escuchaban, haciéndose la ciega, sorda así, yo como bajé y... el paradero era como así, un cuadro que si vas por detrás no te ven, entonces por detrás me metí y empecé a llorar, y... hasta que caminé sola a pie... caminé a pie y llegué, y me retaron y me descontaron del dinero, entonces de ahí dije, uh huh, jamás. Jamás voy a pedir permiso. Eso fue como que, para mí, me dolió mucho, y siempre digo a mis compatriotas de que tienen que, no sé... como... obviamente si yo estuviera en mi país, no me iban a subir al bus, o a la camioneta si no pago, y en mi país no se paga con tarjeta, se paga sólo con dinero, con efectivo, y si no tienes, ni loca te van a dejar subir. Entonces igual los entiendo, pero... bueno, es la ley.

¿Pero tú crees que eso tiene que ver con discriminación racial?

M: Sí, ósea, sí él hubiera dicho que todos los que no pagaban se bajarán, ahí si como que yo no tendría ningún problema, pero, solo el hecho de que yo era la única morena, porque igual podría haber venezolanas, no sé, otra nación, pero no son como tan notorios como yo, entonces yo era como ¡pam! Como si no voy, si faltó ponte tú, un día de clase, uno dice "¿y la Magena dónde está?" porque obviamente soy la única... entonces, eso como que me dolió, eso sí que fue una discriminación.

Yo tengo otra pregunta bajo esa misma línea, ¿Tú crees que, si hubieras sido hombre, te hubieran hecho bajar también?

M: Era un hombre.

No, no. Pero si TÚ hubieses sido un hombre haitiano, ¿Tú crees que te hubieran hecho bajar?

M: Yo creo que sí.

Da lo mismo entonces.

M: Da lo mismo, el hecho no es por ser mujer o no, es por ser extranjero.

Pero yo te quería preguntar, ¿Es más difícil para las mujeres que para los hombres adaptarse aquí a Chile? ¿La experiencia se hace más difícil por ser mujer?

M: Em. A ver. Yo, en mi experiencia vivida, em... yo creo que sí, un poco. ¿Por qué? Porque igual, como que las mujeres haitianas son pocas las que hablan español, son más como flojas al hablar. Los hombres como que siempre se buscan una manera de hablar, aunque sea enredar las cosas, pero se entiende, para poder trabajar, pero las mujeres en cuanto a eso somos más... como tímidas, somos más encerradas en nosotras mismas, entonces yo creo que sí, yo no soy, no sé... como podría decir, a ver... Porque el hombre tiene más posibilidad, dicen que las mujeres tenemos mucha más posibilidad, el hecho de ser mujer, pero... yo creo que... uhm... es difícil, es difícil, porque uno puede pensar "ah si la mujer

está embarazada, tiene más posibilidad" pero igual te discriminan por eso, te discriminan el hecho de ser mujer, el hecho de estar embarazada, te van a decir... porque yo he visto casos, "¡Ah! ¡haitiana! Extranjera, viene y ¡PUM!" Empieza a embarazarse y todo. Entonces creo que nosotras como que los hombres nos discriminan mucho, de sólo el hecho por ser mujer, entonces es muy difícil, es una pregunta complicada.

Sí, es complicada.

M: Es complicada, y muy compleja también... hay muchos puntos.

Eso era lo que a mí me interesaba tocar, porque ser mujer es difícil, y debe ser más difícil ser mujer migrante y además ser mujer de color me imagino, mucho más difícil. No es lo mismo que aquí venga una chica de Venezuela de tes clara, que, para ti, yo me imagino. La experiencia es completamente diferente.

M: Literal. Porque, a ver, porque... mhm... Yo creo que... no sé, se me fue la palabra... pero va a venir. ¿Hay más preguntas?

Sí. La siguiente pregunta, si no te hace sentir cómoda, puedes no contestar, pero de todas formas la voy a preguntar, que es si ¿Te has sentido discriminada o acosada acá en el país? ¿Qué situaciones? ¿Qué te han dicho? ¿O hecho?

M: Ehm... A mí me han robado mucho, muchos celulares, y me acordé una vez, bueno esto es una... ¿dónde va a pasar esto? ¿solamente en la universidad?

Sí.

M: Ahhh, ok. Porque una vez... ehm... ósea no fue... no fue como contra voluntad, fue porque no quería, pero tenía que hacerlo para solucionar. Entonces eso tampoco es una discriminación o violación. Era... no me acuerdo el año pero... mi hermana estaba en este hospital, como estaba a punto de darle a luz al bebé, y entonces ehm... ya, entonces, al entrar en ese hospital es muy largo, demoras como cinco minutos al llegar, entonces... y yo tenía que regresar a mi casa para ir a buscar algo que le había quedado a mi hermana, no me acuerdo muy bien, entonces en ese tiempo yo no tenía dinero, entonces, una persona como que... porque antes yo era muy, muy ingenua, yo era como, si una persona me dijo como "¡Ay, que lindo!" porque... si... ahora si me estoy expresando ahora no me importa lo que diga la gente, yo... veo cómo, muchos iconos, como Tyra Banks, como Naomi Campbell, como otros casos que me ayudan a... a no echarme pa abajo cuando me discriminan o cuando me pasa algo similar. Como que ellas siempre me ayudan como a... a subir mi autoestima. Entonces, ehm... el... el... la persona que estaba en el auto me dice "Ah, si quieres te llevo a tu casa" y yo "No" y el me dijo "Sí, si quieres te puedo llevar". Yo como "Ah, okay, perfecto" entonces yo subí al auto, normal, entonces él me dijo "¿Dónde tu vives? Y yo le dije "vivo por Lo Ovalle, vamos y yo en el camino te voy a decir donde vivo" y el me dijo "ya, perfecto" y cuando yo ya casi voy llegando, el me dijo "¿Así nomás?" y yo como así... "se supone que era una ayuda, ¿no?" y el me dijo "sí, pero quiero algo a cambio" yo le dije "¿Pero qué quieres a cambio? O sea, no fue lo que acordamos" Obviamente yo no me expresé como le estoy explicando ahora, yo era más... no hablaba muy bien, entonces, él me dijo, ah, pero... eh... Yo le dije "Yo no tengo dinero", es por eso que yo acepté tu oferta, porque yo no tengo dinero, porque si sé si voy en el paradero, paro micros, no me van a dejar subir, o sea, tendría que ir a pie... Entonces... me imagino que lo está haciendo de caridad o algo así ¿no? y el me dijo "No, nada es gratis" entonces yo le dije "¿Qué quiere que yo haga? O sea..." "Ah bueno, entonces yo, quiero que, si no tienes dinero, pues, quiero que tengamos relaciones" y yo, "pero como así si no te conozco" Entonces el me dijo "Ah...", me está tratando de convencer, como que... de arrepentirme de la decisión que tomé, sabiendo que... que el me iba

a pedir algo a cambio. Pero como yo era ingenua, no sabía, entonces, yo le dije "No... okay, acepté que me llevaras a mi casa", entonces al final el como que... como me dijo "si tú no haces lo que yo quiera... te voy a raptar, te voy a hacer cualquier cosa, tiene que hacerlo" y yo como... "¿Y yo que tengo que hacer?" entonces... el me dijo bueno, si tu no quieres que tengamos relaciones, por lo menos me lo [mhm]. Y yo como... y yo acepté. Acepté porque no lo hice por mí, lo hice por mi hermana que estaba en el hospital, entonces necesitaba la cosa... creo que era como su cédula, porque cuando vas al hospital tienes que tener tu cedula para entrar, y ella tenía como nauseas, entonces... lo llevamos tan rápido que olvidamos sus papeles... Entonces yo... lo hice, y al final, me dejó ir sin hacerme daño ni nada, entonces, después de ahí, nunca, yo no dije nada a mi hermana y ella me preguntó "¿Por qué chucha demoraste tanto?!" pero no le dije nada, y creo que eso es desde cuando pasó, esto es la primera vez que hablé del tema, nunca lo he hablado con nadie porque igual no puedo decir que fue una violación, que fue contra mi voluntad, era porque... pensé en mi hermana, lo hice. Y otro caso es... como que me han amenazado, no a mí... a mí me han amenazado, pero a mi hermana... ¿Puedo decir lo que pasó a mi hermana?

Sí, claro.

M: Una vez mi hermana estaba saliendo de su trabajo, y justo ese día le pagaban. Donde ella trabajaba, ella ganaba \$500.000, por ahí. Entonces, eh... ella iba caminando, era como una distancia de ahí donde está 123 dormitorios, allá a acá. Entonces, ella viene caminando normal, y cuando de repente un hombre ¡PAM! Le paró. Pero parece que ese hombre le venía siguiendo desde el restorán, porque ella trabajaba en un restorán. Entonces, el le dijo "dame todo lo que tu tienes" y ella dijo "no tengo nada que darté" porque mi hermana es muy... como puedo decir... muy ruda también. "No, no tengo nada que darté". Entonces, él dijo, "si tú haces fuerza, si tu como te niegas a darme lo que tu tienes que yo ya sé lo que tú tienes, yo te voy a matar" y ella como, "mátame si quieres, pero no te voy a dar nada". Entonces el como que ¡PAM! Le mete la mano en la garganta, como, así como tratando de...

¿Ahorcarla?

M: Uh huh. Y como... y pam, le quitó la mochila a mi hermana y le cortó el brazo... creo que le cortó con un cuchillo como que, por acá, no me acuerdo, y se fue... Y mi hermana llorando, en ese tiempo yo no vivía con ellas, yo vivía como... cerca pero no, no acá. Entonces ella me llamó y me dijo Magena ven ahora, mañana llévame al hospital, y yo ¿Por qué?, ¿Qué pasó? Y ahí me contó de que le habían robado el dinero, y también le habían como cortado el dedo, por acá en el cuello y en otra parte también. También fue muy duro, yo le dije que la próxima vez cuando te pidan algo solo entrégalo. Entrégalo, sea lo que sea, es tu vida, ósea marica, no puedes dejar que te maten por 500 mil pesos... Sé que es mucha plata, en ese tiempo era, pero igual, tu vida es primero. Entonces como que siempre me han dicho que no tengo que confiar en la gente. Ahora no confío en la gente, pero antes yo confiaba mucho... y me han ofrecido muchas propuestas... A veces cuando trabajé aquí en un restorán que está cerca, había mucha gente esperando micro, pero siempre hay personas que me ven como me visto y ¿te llevo? ¿te llevo? Y la gente me miraba "no, no vallas niña". A veces fui, voy con ellos. Bueno, a veces no me han hecho nada, pero en el caso que te expliqué de lo del hospital, sí tuve que... me obligaron a hacerlo, pero... igual... yo sé que hay otras haitianas que pasan lo mismo, sólo el hecho de ser... No sólo a veces pienso que... los chilenos piensan que... bueno mayoría de ellos piensan que... que todavía somos esclavas, por así decirlo, como que si te... si te... ehm... atacan, tu tienes que hacer lo que sea, tu eres mujer, no puedes hacer nada, y también eres como... por así decirlo, una esclava, entonces tienes que someterte.

Sí, eso te iba a preguntar. ¿Qué prejuicios crees que la gente tiene

de ustedes? Yo he leído, por ejemplo, no sé, que los hombres de aquí creen que las mujeres son cómo fáciles, o...

M: Sí, piensan eso.

O sexualizan mucho los cuerpos de las mujeres.

M: Sí, es que... hoy en día, hay mucha, o sea... no hay si no que, la mayoría de la gente, chilenos o no, piensan que... siempre piensan si dos personas están juntos es porque son novios, una cosa así. También piensan que si una persona se viste con ropa corta es porque es perra o puta, una cosa así. Pero... las apariencias engañan, la gente no ve eso. A mí, cuando voy a discoteca, bailo con quien sea, o sea obviamente nunca voy sola... voy con amigas, bailo con, por ejemplo, yo siempre lo veo de esa manera; llevo una semana entera estudiando, entonces lo poquito que me queda para disfrutar de mi vida, son los fines de semana. Viernes hago mi trabajo, sábado voy a la disco, domingo termino el trabajo y lunes, la misma cosa. Entonces cuando yo voy a bailar, yo bailo con todo, bailo como loca, perreo, perreo, todo, entonces, las chilenas siempre me miran como "Ay, que fácil" y si me ven bailar con una persona, "Ay, que fácil". O sea, pero sin nada de intimidad, o sea bailar nada más, porque cuando bailo, yo bailo, yo soy así. Soy latina, mi amor [se ríe]. Cuando bailo, yo bailo. Entonces, no mis amigas, porque mis amigas son extranjeras también, pero las chilenas siempre como "Uy no, dios mío" siempre como, siendo la Fancy, la delicada, la princesa Diana, por así decirlo... "Ay no, dios mío, que está haciendo, ¿No tiene vergüenza?" De qué, pa qué, o qué si yo tengo que disfrutar, estoy bailando. Entonces, incluso con ese hombre que estoy bailando, también piensa que yo soy fácil, sólo por el hecho de bailar con él, pero no es así. O sea, yo personalmente no soy así, no soy tan así de fácil, y en muchos casos los hombres piensan que, si hablan con una haitiana, obviamente saben que... que va a contestar, que va a tener una... algo, solo por el hecho de ser blanco. "Ah, seguramente esa negra nunca... nunca ha estado con un blanco en su vida, así que seré el primero, así que cualquier cosa que yo diga va a ser". Entonces, no. No tiene que pensar, ese pensamiento son pensamientos de los '80. Inclusive más, de los '60, por así decirlo. Pero... no, ya no. Ya ahora la gente no se sorprende "Ay, oye es blanca, ay que linda". Yo sé que, en mi país, hay muchos, muchas personas que discriminan a los blancos, pero también hay otros no, y lo que no siempre como que, como que... "¿Ay, puedo tocar tu cabello?" Como ustedes también lo hacen. "Ay, que es liso, que suave, ¿Puedo ver tu color de piel? Ay, que lindo". Sí, eso es normal, porque no estoy acostumbrada a ver ese tipo de personas, porque toda mi vida todas las personas que veo son personas negras. O sea, hay blancos, pero no como ustedes. Por ejemplo, mi tía es de piel clara, como los venezolanos. Pero no como ustedes.

Es como... los americanos he notado que les dicen lightskin, lightskin black.

M: Sí, eso mismo. Mi tía es así, y mi papá también era así, pero como un poquito más como los brasileños, así. Pero claro, es como muy asombroso, por así... como que wow. Pero tampoco significa que soy fácil, significa que voy a obedecerte o someterme a cualquier cosa, no. Y muchas mujeres han sufrido por eso, muchas, muchas mujeres. Es por eso que, vas a ver la mayoría de las haitianas que están acá o vienen con su par en su brazo de una, vienen con el novio, o cuando vienen acá buscan un haitiano, porque saben que los haitianos los van a entender, porque es haitiano y haitiano, es como tu y chileno, una cosa así. Porque igual, chilenas y ecuatorianas, venezolanas, colombianas, son locas por así decirlo. O sea, si yo fuera chilena también diría que los haitianos son locos, porque no se como van a reaccionar. Porque yo cuando me enoja yo hablo mi idioma.

Pero, no han tenido problemas, así como... que les digan, así como no hablen...

M: Ah, sí. También encuentro que eso es, no sé... El hecho de que si fuéramos 3 personas, una cosa así, mi amiga está aquí, yo le quiero decir algo en mi idioma, a veces no es porque... no es porque queremos fastidiarlos a ustedes, también es porque a veces no sabemos, hay palabras... hasta a mí, hay palabras que todavía me cuestan, me cuesta decir, o no encuentro la palabra como se dice en español, y el es haitiano, pa que voy a esforzarme... yo lo digo en creole y ya, y el otro "Ay no, no hablen creole, que están hablando mal de mí". ¿Por qué tiene que pensar lo negativo? No es así. Porque yo he visto muchos casos donde hay chinos también y nunca dicen eso a los chinos. Jamás. Chinos para ellos es como Dios, el rey. ¿Por qué? Obviamente porque China es la fábrica del mundo, China es todo. Obviamente con un chino nadie se mete.

Yo he visto chinos hablando chino en el metro...

M: Mientras ellos están jamás dicen "oye, habla español, no entiendo nada". Pero no, no. Eso también es... es discriminar. Es discriminar, es decir que mi idioma no vale, que mi idioma no tiene su lugar aquí, y eso es mentira, o sea, es mi idioma ¿Qué puedo hacer? Tengo derecho a hablar, a expresarme de la manera que yo quiera. Ni siquiera a los americanos les dicen eso. Ah, están hablando inglés los gringos...

Yo también he notado que cuando viene un hombre negro de Estados Unidos, los tratan diferente.

M: Lo adoran. Lo adoran. Pero espérate, si ven un negro haitiano, una negra haitiana, porque tengo una amiga que también es más morena que yo, pero no es haitiana, es colombiana. Muchas veces he salido con ella y vienen, me acordé en verano fuimos a... a Algarrobo, si no a Tabo, El Tabo. Fuimos allá. Y, caminando para ir a coger el bus y todo y cuando un hombre dijo "bonsoir mademoiselle, que sexy" pero lo dijo en mi idioma, como... "hola, chicas, que sexy" pero yo fui la única que entendí, y mi amiga hizo como "Magená, ¿qué dijo?" Y yo marica [se ríe]. Es que el piensa que las tres somos haitianas, solo el hecho por ser morena, y yo giré y dije "Oye, qué te pasa" no somos... o sea, no todos aquí somos haitianos, yo soy la haitiana, así que si vas a hablar primero dilo en español, ya que estamos viviendo en un país donde se habla español. Dilo en español, ahí puedes preguntar quien de ustedes son, o puedes preguntar de que nacionalidad somos, pero así, directamente decir ay, una palabra en mi idioma es como abusar. Es como decir, todos los negros son haitianos. ¿No?

¿Y a ella la tratan diferente por ser colombiana?

M: Sí. O sea, pero, después. Obviamente la primera, la primera visión es "ah es haitiana también". Inclusive hasta yo cuando estoy con ellas y yo voy a su sector, piensan que yo también soy colombiana y, también cuando voy a mi sector con ella, o piensan que las dos somos colombianas o las dos somos haitianas. Pero siempre los haitianos cuando eh... hablan... cuando nos ven, hablan es español, como "Hola, ¿haitiana?" Ahí como... si yo quiero ser pesada [se ríe] no... o sí, pero siempre preguntan; pero hay otros que son muy brutos, como, llegan y te dicen una palabra en creole, entonces nada más yo voy a entender, no mi amiga, entonces creo que eso no concuerda. No concuerda porque, independientemente de que el hecho de que sea negra, morena, rubia, no sé... tiene que hablar no sé... un idioma donde todos vamos a entender, ahí puedes después preguntar de que nacionalidad ¿no? que eso es lo más, por así decirlo, más normal.

Es interesante conocer esas experiencias con otras mujeres de otros países pero que las personas, la gente piensan que...

M: Piensan que todos somos haitianos, sí.

Tengo otra pregunta, ¿Qué les dirías a los chilenos que te han discriminado?

M: Entiendo que Chile es un país... es un país que discrimina mucho. No solamente por el tono de piel, por ser no sé... religión, te discriminan por tener bonito cuerpo... por todo. Sin necesidad de detallar cada paso, Chile es un país muy discriminador, te discriminan por lo que sea. Lo que sea. Porque yo he vivido, a veces no... no directamente, si no indirectamente, ver a mis amigas o parientes también que he visto, a veces... me acuerdo una vez viví una experiencia donde había una haitiana que estaba embarazada en el metro, no le dan el asiento, y venía otra chilena que no estaba embarazada, pero tenía el niño ya nacido y pum, se levantan y le dan el asiento. Y yo como, pero y eso ¿Qué fue? ¿También no es una persona? O sea ¿no tiene derecho? Entonces no sé... Yo entiendo esa parte, entiendo que no están acostumbrados, que... que es algo nuevo para ustedes, yo también, a lo mejor quizás me comportaría igual si mi país estuviera mejor, pero también, o sea, actualícense, el mundo ya está cambiando, el mundo ya no es lo mismo. Muchas cosas están cambiando, desde las máquinas hasta las personas. Todo cambia, entonces, yo les diría que no se asusten porque pucha, todos somos uno. Para mí, hay una sola nacionalidad.

¿Tu crees que esa discriminación está basada en el miedo?

M: Yo creo que está basada según lo que... Es que... Yo siempre he visto en las películas, que... las personas que son como así [hace gesto de poder] son las blancas. Y las que como... las que están como en servidumbre, son las negras. Entonces yo creo que, desde antes, siempre como que las historias que dan... dan como una imagen negativa de la raza negra, entonces, creo que desde ahí nació. No es por miedo, es por lo que la televisión ha mostrado a la persona, la historia, más que nada. Una opinión personal, no sé... podría decir. Pero ahora si una persona discrimina es por, por porfiado, como dicen acá. Es por racista, porque hay discriminación y hay racistas, son dos cosas diferentes. Es por que no sé... por pesado.

¿Dirías que los chilenos son racistas?

M: Son racistas, no es solo discriminación. Es racismo, sí, literal.

Por último, para ayudarme con la configuración de mi proyecto, ¿Cómo describirías a las mujeres haitianas? ¿Cómo es su personalidad?

M: La mujer haitiana ehm... yo la describiría en una sola palabra: que es una mujer fuerte. Fuerte, porque tomando ejemplo sobre mi mamá, que, después de la muerte de mi padre, éramos siete, criar a siete hijos no es fácil. Requiere mucho trabajo, dinero, son siete bocas... estudio... y todos estudiábamos, gracias a dios. Entonces ella a veces, ella prefiere no dormir, trabajar de noche, ella no come... con tal de ver a sus hijos comer. Ella... todos los días encontraba lo que sea, aunque no tiene el dinero, pero tenía la esperanza de que lo va a encontrar. Ella vendía mango, vendía lo que sea, aguacate, todo... todo como para buscar como darle de comer de comer a sus hijos, como educarlos, entonces, esa es una mujer haitiana. La mujer haitiana antes... ahora es una mujer sofisticada, que tiene que tener la última bota que Nicki Minaj utilizó en un show... Pero la mujer haitiana si estamos hablando años atrás, es una mujer que no se preocupa por como se ve, se preocupa más por la educación, se preocupa más por verse bien, pero interiormente. Es una mujer, que también tiene mucho amor, aunque su forma de demostrarlo es rara, pero es una mujer que tiene mucho amor. Primero que todo por sus hijos, sus hijos son lo primero, en el caso de que, si tenga, y ellos vendrían siendo el último, la familia, es como... es lo primordial. Esa es una mujer haitiana. Ahora, puedo decir que la mujer haitiana es una mujer que... es una mujer que se preocupa mucho por cómo se ve. No por lo que tiene en la cabeza, y también no todos, pero la mayoría de los haitianos en general, creemos mucho en lo que se llama la educación, eh, tanto que sabemos que, sin ella, no vamos a llegar a ningún lado, no vamos a lograr nada, es por eso que nosotros nos educan de otra manera, de una manera

diferente. Nos pegan para que podamos aprender. Nos castigan si traemos un cuatro. Entonces, para los haitianos, tenemos que ser perfectos, aunque la perfección no existe, aunque la perfección es una vulgaridad, pero tenemos que... que... para nuestros padres, es obvio. Si mis padres no están trabajando, no están trabajando en el costanera o no tienen una máquina que no está dando dinero, obviamente si ella está sacando la mierda, por así decirlo, perdón, emh... para educarte, tienes que dar buen rendimiento. Entonces, somos esforzados, creemos en el trabajo y en la educación... y creemos en la familia. Esas tres cosas son muy importantes cuando hablamos de haitianos. No sé si sirvió.

(Hablando fuera de la entrevista)

¿Tu crees que el feminismo acá protege y considera a las mujeres negras?

M: Yo creo que está en proceso, eso. Porque igual no es llegar y cambiar todo el panorama. Porque entiendo que ahora... recién nosotras estamos... venimos como, a integrarnos en el país. Todos somos mujeres independientemente del color, del idioma, de la cultura. Todos somos mujeres y todos tenemos voz, todos tenemos ehm... derecho. A, no sé a hablar, a expresar como nos sentimos.

¿Crees que hacen falta espacios para que visibilicen más?

M: Falta espacio, pero yo creo que en unos no se cuantos años más, como a largo plazo, creo que va a ver, yo creo. Y sería bueno porque es bueno apoyar entre nosotras las mujeres. Y, podría decir que, que no, no sé... que cuando lo hagan, que todos somos uno, sin discriminar, sin racismo. (...)

La verdadera haitiana es aquella que no le da miedo usar su pelo. No la vas a encontrar en mí. Porque yo ahora me veo reflejada en otras personas, en influencers... El ultimo peluca tengo que tenerlo, yo soy muy... extravagante.

V. Anna, Puerto Príncipe, 29 años, Asesora del hogar.

¿Hace cuánto tiempo llegaste a Chile?

A: Llegué a Chile hace 17 meses. En esta casa tengo 13 meses, en este trabajo.

¿Por qué dejaste Haití y decidiste migrar a Chile?

A: ¿Cuál es la razón? La razón es, me recuerdo el año 2019. Yo me caso con un hombre, y tengo un hijo de 7 años... 6 años, y hace 5 años se falleció su papá, y sólo yo. Y tengo que hacer todas las cosas para ofertar algo bueno a mi hijo, es mi sueño y es mi responsabilidad, mi objetivo, y en Haití, para mucha gente, las cosas es muy difícil. Porque es muy difícil para encontrar un trabajo, y a mí me gusta vender. A mí me gusta eso muchísimo. Cuando estaba en Haití yo hiciste eso, vendedor. Y, un día mi papá me dijo "¿Por qué no te vas en Chile?" Y, porque, después la muerte de mi marido, las cosas parecen un poco más difícil para mí y para mi hijo también. Y para ofrecerle lo mejor a mi hijo y... yo... ¿Cómo puedo decir eso? Es mi objetivo para llegar acá en Chile. ¿Me escuchaste bien?

Sí. Quieres darle lo mejor.

A: Sí, solamente para... quiero ver mi hijo comfortable.

Yo he hablado con más chicas que me han contado cosas parecidas, que vienen acá porque quieren trabajar, quieren estudiar, quieren ser, me decían, tienen hermanos que quieren ser doctores, ingenieros...

A: Yo quiero que mi hijo encuentre una posibilidad que yo no encontré

y... con mis parientes... es mi... es mi deseo. Cuando eh... ¿Cómo se dice eso?... A pesar de todo no hay hace tiempo, porque pasa toda la semana acá, en esta casa, y cuando me voy los fin de semana, yo me fui a un curso de computación. Para seis meses en una institución, se llama CNC, a la plaza de Armas, y tengo dos semanas desde que se acabó el curso ¿ya? Quiero empezar a estudiar, pero no tengo hace tiempo.

Es que es difícil acá me imagino...

A: Sí. Quiero ir a la escuela para terminar pero... no hace tiempo.

Eso he notado, las chicas con las que he conversado me dicen, yo estoy muy ocupada siempre y tengo poco tiempo.

A: Sí... para acá en este trabajo yo tengo... yo tengo una fecha, porque no, no puedo pasar todo mi tiempo. Todavía soy joven, pero... la situación es así, no tengo más opción. Pero desde dos a tres años tengo que empezar mi vida, no puedo pasar todo mi tiempo aquí. Hay otra cosa que yo puedo hacer. Yo puedo hacer... Gracias a dios soy muy inteligente, hay cosas más. Pero... quiero seguir trabajando... si ellos [los patrones] aceptaron para cambiar mi contrato de trabajo no tengo problema. Yo puedo venir cada mañana y a la tarde. Sin eso, después un tiempo no puedo seguir así, porque... hay momentos me siento muy mal, paso todo mi tiempo sola, necesita una persona para hablar, para... todo eso.

Sí, debe ser. La otra pregunta que yo tenía es ¿Cómo ha sido tu experiencia acá en Chile? ¿Ha sido fácil? ¿Ha sido muy difícil?

A: Para mí, parece muy fácil. Para mí. ¿Por qué? Y... desde Haití yo tengo un objetivo. Yo tengo eh... los haitianos que estaban en Chile, antes que yo. Me dijo "anda a Chile, es muy difícil" Y, yo le dije, yo tengo un objetivo, como quiera, yo puedo seguir. Yo puedo vivir. Y, cuando llegué acá en Chile, pasa tres meses con un amigo... en la casa de una amiga, y... desde cuando llegué. Dos días más, yo pregunta a mi amiga donde está una escuela español porque tengo aprender a hablar, es la idioma del país, tengo que aprender cómo hablar español. Y... mi amiga me envió en una escuela español muy cerca de la casa y pasa un año, en esta escuela. Y cuando tengo tres meses acá después las vacaciones eh... de diciembre a marzo y... la escuela también... está encerrada por este tiempo y, cuando está abierta, el primer día y... yo me fui... y cuando llegué, los profesores me pregunta... me preguntaba cómo está mis vacaciones, porque cuando me fui a la escuela tengo solamente una semana. Y después dos a tres semana es la vacaciones. Y... yo le dije, cuando... Yo... yo fui, en la calle... en registro civil, en el centro, yo hago... yo hice un poco de empanada, y yo compraba un poco de bebida y fui... para obtener un poco de dinero. Y... alguna de ellos me pregunta si yo encontré un trabajo, si puedo trabajar. Yo le dije sí, y... la señora es la... compañera de la mamá de la Francisca. Una de los profesores. Ya, y cuando tengo tres meses acá encontré este trabajo. Por eso puedo decir que para mí no es muy, muy difícil. Para mí.

Pero... en esa... ¿Cuál crees tu que es la mayor dificultad acá en Chile? Hay gente que me dice que es el idioma o, pueden ser las personas que no reciben bien, el clima también me han dicho.

A: Ah, para mí parecer el clima. Porque acá toda las personas me tratan muy bien. La señora, las niñas, el señor también. Pero... cada momento... la vida... la vida es así hay momentos difícil, hay momentos fácil. Y... cualquier cosa es así. Pero perfectamente, no. Puedo decir que en mi trabajo todo bien. Por la idioma, ahhh... tu puede evaluarme [se ríe].

Hablas muy bien. ¿Es difícil aprenderlo?

A: Sí, es... pero... nosotros no tenemos, eh... la misma capacidad. Hay gente... hay gente que tiene tres meses... tres años, cuatro años acá en Chile

que, no puede hablar español. Hay mucha gente y... también los haitianos, para ellos no es, no es importante la idioma de Chile. Por eso, ellos no pueden hablar. Yo... a mí es muy importante. Cada una, cada momento, yo quiero hablar muy claro, muy, muy, muy claro. Mi problema es los verbos, que parecen muy, muy muy difícil. Para mí, los verbos. Y... parece cuando hay el frío, me siento un poco resfriada, y... puedo decir nada más.

Yo tenía una pregunta que era sobre... si tú has sufrido alguna experiencia de discriminación.

A: Para mí no.

¿Para ti no?

A: No, gracias a dios puedo decir no. Pero no sé si... la razón... la razón es porque pasa toda mi tiempo en esta casa [se ríe]. Solamente dos días por semana... cuando llegue a mi casa tengo muchas cosas que hacer. No tengo tiempo para caminar, no tengo tiempo para eso. Y... yo creo que, en todos los países del mundo hay discriminación. Pero... hay... por ejemplo, si yo en esta trabajo, yo está en esta casa, y yo no puedo hablar, es normal si un día ellos me dijo 'Anna tu no puedes seguir trabajando aquí'. No es la discriminación, tengo que hablar. Si yo no puedo hablar, cuando me habla, no escucho nada, absolutamente nada. Pero... mi conciencia, es... algo pasa con los haitianos así. Porque la mayoría no entiende nada, absolutamente nada de español, de castellano ¿Ya? Y por eso, cuando los chilenos... A los chilenos no les gustan eso. Se sienten enojado, cuando hablan a una persona y no entienden nada, nada absolutamente. Pero discriminación no todavía.

Yo tenía otra pregunta relacionada con el tema. ¿Tu crees que para las mujeres es más difícil venir acá que para los hombres?

A: Y... la primera vez no hay... no hay diferencia. De las mujeres, desde Haití, si tú tienes tu dinero, tu puedes venir. El problema es para trabajar acá en Chile. Es más difícil para las mujeres, que los hombres. Porque a los hombres... ellos pueden hacer cualquier cosa. Para las mujeres no. Si una mujeres fui a una empresa de construcción, solamente si falta una persona pal aseo, puede trabajar. Y para los hombres es muy diferente. Porque los hombres, no sé... no sé como son. Pero... para venir acá en Chile no... no es nada difícil. Pero... si una persona, como una mujer, no tiene marido, no tiene nadie acá en Chile, no es importante. Porque si llegué acá en Chile pasa un año, dos años, sin trabajar ¿Cómo puedo vivir? ¿Cómo puedo seguir viviendo? Sin pagar el arriendo, comer... Por eso puedo decir, no hay diferencia. Pero lo más importante de es, el objetivo. El trabajo, es muy importante.

Ok. Esto es importante para mi trabajo. A ti como mujer haitiana, ¿Qué te gustaría que los chilenos supieran de las personas haitianas que vienen acá a Chile?

A: Dime más la pregunta.

Por ejemplo, para que los chilenos aceptaran mejor a las personas, ¿Qué tu les podrías decir? ¿Ellos vienen a aportar? ¿A buscar trabajo? El chileno tiene muchos prejuicios.

A: Los haitianos no son malos. Los haitianos no son malos. En todos los países como te dije antes, hay un grupo malo, hay un grupo bueno. Pero la situación de los haitianos es para buscar un trabajo, nada más.

Vienen acá a buscar...

A: A buscar trabajo, a buscar como puedo seguir más adelante.

Entiendo. La última pregunta que yo tenía para armar cómo se va a ver esto, yo te quería preguntar como son las mujeres haitianas. Cómo es

su personalidad, cómo les gusta vestirse.

A: Pero... ¿Yo puedo hablar? ¿Soy el ejemplo?

Sí, por supuesto.

A: A mí no me gusta... los ¿short? ¿Cómo se llama? ¿Short? Algo cortita. Pero... a pesar de todo soy cristiana, me gustaría como me veo siempre. Como siempre estoy aquí. Mi cabello... eso, nada más.

Muy natural.

A: Sí, muy natural. Como eso. Pero hay una parte, a ellos les gustan todo, todos los vestidos. A mí, es muy, estoy muy orgullosa de mí cuando me vestí de manera normal. Una manera normal. Si yo tengo un pantalón largo, así no tengo problema. Una cosa que puede, ¿Cómo se dice?, cubrir todo mi cuerpo. A mí... soy así siempre. Pero hay otra persona... todos los haitianos, todas las personas tienen su manera de vestir, pero yo... me gustaría natural siempre. Yo. ¿Suficiente?

VI. Claudite Businte, 34 años, Puerto Príncipe, Operaria de Aseo.

Si pudieras contarme tu edad, tu ciudad natal, a qué te dedicas acá y ¿Hace cuánto tiempo llegó a Chile?

C: Mi edad... Tengo 34 años, soy haitiana. Vengo de Haití, y tengo cinco años aquí en Chile. Trabaja en aseo... mi ocupación es asesora de aseo o operaria de aseo.

¿Por qué decidió dejar Haití y migrar a Chile?

C: He venido una vida mejor.

¿Cómo ha sido todo este tiempo que lleva en Chile? ¿Ha sido una buena experiencia? ¿Ha sido difícil? ¿Hay muchas dificultades?

C: A mí, gracias a dios me fue super bien. Super bien. Desde que llegué, trabajo, he trabajado hasta el día de hoy... Estoy trabajando. Nunca tuve una vida difícil, es más yo he acostumbrado a viajar porque aquí a Chile no es primer país que yo he viajado fuera de mi país. He viajado en otro país más antes de venir pa acá a Chile. Sí... pero no tengo nada malo que pueda hablar de Chile, todo bien con mí... he llegado bien.

Pero, aun así... ¿Hay dificultades? ¿Cuáles cree que son las mayores dificultades que debe enfrentar un migrante haitiano al llegar a un país como Chile?

C: Bueno, es como yo te digo. A mí nunca he tenido ninguna dificultad. Ni por idioma, ni por trabajo, ni por donde vivir. Porque yo cuando llegué aquí he tenido familiar que me reciba acá. Y otra cosa, he llegado hoy y mañana trabaja y... idioma... yo, antes de venir pa acá había... sabía hablado español. Pues, sí... las muchas dificultades que han encontrado mucho más mis compatriotas, es cuando llegan, no tienen una persona para recibir y... el tema de trabajo, de idioma, que no sabe hablar español... ese es la mayor dificultades para muchos, pero gracias a dios para mí no era ninguna.

Pero... ¿cree que toda esta experiencia y el proceso de adaptación es más difícil para las mujeres migrantes? ¿Por qué?

C: Bueno... yo creo que... difícil puede ser para cualquier sexo. Puede ser hombre y mujer. Y... yo creo que también puede ser más difícil para los hombres porque una mujer se puede acoger a cualquiera persona, que lo ve y se la lleva... pero a un hombre puede ser mucho más difícil... yo creo, no sé.

Claro, la otra pregunta que yo tenía, aunque ya me contó que su experiencia ha sido buena de todas formas la voy a hacer. ¿Se ha sentido discriminada o acosada? ¿En qué situaciones ha sido? ¿Qué le han hecho o dicho? ¿Hay estereotipos que la gente tenga de mujeres haitianas?

C: Eh... yo nooo. Nunca me he sentido discriminada. Ehm... no. Eso para mí nada eso. Nunca tuve problema con nadie, ni que... pa sentirme discriminada yo no. Nunca tuve esa situación, aunque hay compatriotas míos que han tenido de esa situación, pero yo no he tenido esa situación, gracias a dios. Y los hombres, siempre cuando ve una mujer linda, una mujer bella, bueno yo no diga que yo soy linda, linda, pero... eh... creo que hombre a mí cuando me ve creo que se quiere tira su talla pero eso yo no lo encuentro un problema... porque en hombre... siempre pasó eso, puede ser mi país, en cualquier país que sea, siempre los hombres cuando ve a la mujer que se ve bien, siempre se tira su talla, pero no me siento nada acosada ni discriminada, nada de eso.

Tengo la última pregunta. ¿Qué le gustaría que los ciudadanos chilenos supieran acerca de las mujeres haitianas y de la migración haitiana? ¿Qué cree que hace falta en Chile para mejorar la experiencia de las mujeres haitianas, por ejemplo?

C: Mira... la cosa que yo veo que falta aquí en Chile es un poco atención médico. Eso... porque ocurrió muchas cosas, y en los hospitales, en los consultorios, usted va, si tu estás enferma, necesitas una atención, te dan la cita hasta por dos meses, y si estás mal y tal vez que no puede aguantar, esa es la única que veo de ponerse, más atención a salud... a salud pública. Eso na más.

VII. Michel Joseph, 23 años, Gonaïves, Traductora y trabajadora social.

¿Has sufrido discriminación?

En salud más que nada. Hay una dificultad de los migrantes con el tema de la documentación. La documentación se demora meses para salir, y en todos los lados nos niegan atención por no tener carnet, o sea, ni siquiera accedemos a una atención. La negligencia con el cuerpo negro es otro recorte, cuando vemos que cuando finalmente podemos ser atendidos, muchos médicos ni siquiera nos tocan para hacer chequeos necesarios para una buena atención.

