

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Comunicación**

Maestría en Comunicación Estratégica

**Propuesta de estrategia comunicacional para sensibilizar a un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón sobre la violencia de género**

Nathaly Esperanza Suárez Paredes

Tutor: Edgar Clotario Vega Suriaga

Quito, 2022





## Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Nathaly Suárez Paredes, autora del trabajo titulado “Propuesta de estrategia comunicacional para sensibilizar a un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón sobre la violencia de género”, mediante el presente documento de constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación Estratégica en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

26 de mayo de 2022

Firma: \_\_\_\_\_



## Resumen

La violencia que sufren todas las mujeres alrededor del mundo es alarmante. Todos los días están expuestas a diferentes tipos de acciones o conductas que ponen en riesgo su salud e incluso sus vidas. Organizaciones de mujeres y asociaciones feministas han visibilizado y alertado sobre la violencia hacia las mujeres. La Organización Mundial de la Salud y las Naciones Unidas reconocen esta problemática social como una violación a los derechos humanos. Históricamente las mujeres han sido excluidas, marginadas y sus conocimientos han sido desvalorizados. Las condiciones sociales y políticas en las que viven las mujeres a nivel mundial están marcadas por la discriminación, subordinación, y desigualdad. Estas condiciones suelen ser representadas como naturales, inmutables, como algo normal e incuestionable y no como el resultado del sistema patriarcal que las ha sometido durante siglos. La violencia de género es una problemática social y compleja, urgente de analizar y discutir a nivel social en diferentes espacios para proponer soluciones y crear estrategias comunicacionales desde la metaperspectiva de la comunicación estratégica. Esta investigación analiza cómo las representaciones de género que están en las actividades e interacciones cotidianas de un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón legitiman la violencia de género en el espacio público y privado.

Para ello, esta investigación desarrolla un enfoque multidisciplinar y complejo en el que dialogan los estudios de género y las teorías feministas con los aportes conceptuales, analíticos y metodológicos de la teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva. Esta convergencia ha permitido elaborar una estrategia comunicacional que estimula procesos de reflexión colectiva para sensibilizar a un grupo de mujeres sobre la violencia de género, también se considera a otras/otros actores. Los hallazgos de esta investigación revelan que en las representaciones de género se ocultan las relaciones de poder patriarcal, lo cual justifica una propuesta de comunicación estratégica que coadyuve a desmontar patrones machistas y discriminadores contra las mujeres.

Palabras claves: Violencia de género, comunicación estratégica, sistema patriarcal, representaciones de género



## Tabla de contenidos

Introducción.....	9
Capítulo primero.....	13
Sociedad, diferencia sexual, reproducción y violencia de género.....	13
1. La sociedad y el papel de sus instituciones en la reproducción de un orden simbólico basado en la diferencia sexual.....	13
2. Representaciones sociales.....	16
2.1. Representaciones de género.....	17
3. Violencia de género y derechos humanos.....	20
3.1. Violencia de género en el Ecuador.....	24
4. Estudio de caso/grupo de mujeres de la parroquia de Calderón.....	30
5. Análisis crítico del estudio de caso.....	34
5.1. Grupo de estudio:.....	34
5.2. Resultados del análisis crítico del estudio de caso:.....	36
5.2.1. División sexual del trabajo:.....	36
5.2.2. Ideal de mujer:.....	37
5.2.3. Características femeninas:.....	39
5.2.4. Construcción social de las acciones.....	40
5.2.5. Comportamientos aceptables:.....	40
5.2.6. Funciones sociales:.....	41
Capítulo segundo.....	45
Comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas.....	45
1. Comunicación estratégica Enactiva.....	45
2. Diseño de la propuesta estrategia comunicacional para sensibilizar a un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón sobre la violencia de género.....	56
2.1. Versión técnica comunicacional (VTC) – Definición del problema.....	57
2.1.1. Versión técnica comunicacional detallada / Niveles del problema por componente de la VTC.....	59
2.2. Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional.....	60
2.3. Reconocimiento de actores por componente del problema en la VTC.....	63
2.3.1. Jerarquización de actores por componente del problema en la VTC.....	65

2.4. Matrices socioculturales en torno al problema de la VTC .....	70
2.5. Árbol de soluciones .....	81
2.6. Investigación de campo .....	85
2.6.1. Matriz de datos para la estrategia comunicacional.....	85
2.7. Diseño del Plan Operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional .....	86
2.7.1. Ejes de la estrategia .....	86
2.7.1.1. Eje de acción 1: Capacitación sobre perspectiva de género, derechos humanos, tipos de violencia, estereotipos, discursos machistas, sistema patriarcal. ....	87
2.7.1.2. Eje de acción 2: Crear redes de apoyo .....	88
2.7.1.3. Eje de acción 3: Campaña de sensibilización y prevención.....	90
2.7.2. Líneas estrategia de intervención.....	93
Recomendaciones .....	97
Lista de referencias .....	101
Anexos .....	107
Anexo 1: Diseño de la encuesta .....	107
Anexo 2: Banco de preguntas .....	108
Anexo 3: Gráfico nombre de barrios y sectores de Calderón .....	111
Anexo 4. Versión técnica comunicacional detallada / Niveles del problema por componente de la VTC .....	111
Anexo 5: Información otros actores/as: comunicadoras, comunicadores, periodistas, profesoras, profesores. ....	114
Anexo 6. Se presenta los resultados del trabajo de campo .....	116



## Introducción

Históricamente, las sociedades han establecido, mantenido y reproducido una estructura patriarcal. Esto implica todo un sistema de dominación de los hombres hacia las mujeres. Socialmente se creó una supremacía a las diferencias biológicas, con lo cual, se divide a las personas en dos grupos (hombres y mujeres), única y exclusivamente por su sexo. Esta diferencia sexual permite atribuir características dicotómicas que favorecen a los hombres y pone en desventaja (social, política, económica) a las mujeres. Además, tiene consecuencias socioculturales graves, ya que, establece desigualdad, discriminación y violencia (en todas sus formas) hacia las mujeres. Como bien lo menciona Carole Pateman (2008, 15) “La diferencia sexual es una diferencia política, la diferencia sexual entre libertad y sujeción”.

Y para entender y explicar el sistema de dominación patriarcal, surge el *género*, una categoría de análisis que permite examinar las relaciones desiguales basadas en la diferencia sexual. Como lo explica Joan Wallach Scott (1996, 23) “[...] el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y [...] es una forma primaria de relaciones significantes de poder”. Es una categoría relacional.

Organizaciones de mujeres y asociaciones feministas han visibilizado y han alertado al mundo sobre la violencia hacia las mujeres. La Organización Mundial de la Salud y las Naciones Unidas, reconocen esta problemática social como una violación a los derechos humanos. La violencia de género o violencia hacia las mujeres es un problema de salud pública que afecta a todas las mujeres del Ecuador.

El sistema patriarcal utiliza diferentes mecanismos para mantenerse, uno de ellos las representaciones sociales y de género, que son construcciones sociales que guían, orientan, construyen comportamientos, actitudes, percepciones y formas de relacionarse. Existe un imaginario colectivo basado en la diferencia sexual que naturaliza la subordinación de las mujeres, que se reproduce socialmente. En la sociedad ecuatoriana circulan representaciones de género que crean desigual, discriminación y violencia contra las mujeres.

En este trabajo de investigación se propone analizar cómo las representaciones de género que están en las actividades e interacciones cotidianas de un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón legitiman la violencia de género en el espacio público y privado.

La violencia de género es una problemática con varias aristas que requiere un enfoque multidisciplinar y complejo. La literatura académica tiene una perspectiva de género y teorías feministas, lo que facilita comprender, analizar y explicar con fundamentos teóricos políticos, sociales, culturales, económicos y comunicacionales lo planteado. Además, los diferentes aportes conceptuales permitirán conservar una mirada crítica y reflexiva, para finalmente diseñar una estrategia comunicacional que estimule procesos de reflexión colectiva que sensibilicen al grupo de mujeres y también a otras/otros actores que están vinculados con la problemática, con ellas/ellos hay que trabajar conjuntamente sobre la violencia de género, para generar transformaciones deseables y posible en las personas, sus relaciones y sus entornos.

Las teorías clásicas de la comunicación estratégica han conservado una visión instrumental y reduccionista de la comunicación, lo cual, ha limitado abordar, analizar y trabajar las problemáticas sociales y los procesos comunicacionales. No han considerado la complejidad y la multidimensionalidad de la comunicación. Frente a esto, surge una nueva teoría de la comunicación estratégica, vista desde los nuevos paradigmas: complejidad y fluido. La profesora Sandra Massoni es quien propone esta manera de entender y hacer comunicación, desde Latinoamérica. A lo que denomina la Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE), la que “[...] define a la comunicación como un fenómeno siempre multidimensional” (Massoni 2019, 249) y como encuentro en la diversidad.

Para Massoni las estrategias de comunicación son dispositivos de investigación enactiva (conocimiento como acción) que fomentan el encuentro sociocultural.

La teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva propone una metodología específica para abordar problemas sociales como la violencia de género. Los componentes metodológicos que propone Massoni son: Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC), análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional, reconocimiento y jerarquización de los actores, caracterización de matrices socioculturales, árbol de soluciones, investigación de campo, diseño del plan

operativo inicial. Este grupo de herramientas y técnicas permite desplegar la multidimensionalidad y la complejidad de la comunicación en la situación identificada.

Esta metodología de Comunicación Estratégica Enactiva satisface nuevas necesidades analíticas y operacionales a partir de una perspectiva comunicacional, permite identificar emociones, trayectorias, percepciones, vínculos, acciones y sentidos compartidos, además, valora la participación de las personas en todo el proceso.

Con los hallazgos del estudio de caso y la información del trabajo de campo, se sistematizó los datos, consecuentemente, se realizó un proceso de valoración, lo que permitió identificar algunos indicadores y que serán aplicados en la elaboración del plan operativo inicial de la estrategia. El plan contempla ejes de acción y líneas estratégicas de intervención para generar el encuentro y el cambio sociocultural y conversacional deseado.

Cabe mencionar que debido a la emergencia sanitaria generada por la COVID-19 a nivel nacional y mundial, y a la prohibición de reuniones sociales, todo el trabajo metodológico se aplicó a través de plataformas virtuales y medios digitales, los que facilitaron las entrevistas, el diálogo, las encuestas y todo el proceso investigativo.

En la tesis se desarrollan dos capítulos, en los cuales se aborda la violencia de género como una problemática social, compleja y urgente de analizar, discutir, para proponer soluciones a corto, medio y largo plazo.

En el primer capítulo se exponen las bases teóricas que sustentan la importancia, la necesidad y la urgencia de investigar y analizar críticamente el tema de la violencia de género. Se muestra cifras a nivel mundial y nacional sobre esta violencia, lo cual, evidencia la situación de discriminación y desigualdad en la que viven millones de mujeres en el Ecuador. Además, se demuestra por qué la violencia contra las mujeres es un atentado a los derechos humanos. En la parte final, se presenta el estudio de caso, el cual se realizó en la parroquia de Calderón que pertenece al Cantón Quito y forma parte de la provincia de Pichincha. Según datos de la Fiscalía General del Estado (2019, 6) esta provincia es una de las 3 provincias con altos índices de femicidio en el Ecuador y Quito ocupa el primer lugar de las 10 ciudades que concentran el total de los femicidios. Calderón es la parroquia con mayor registro de denuncias de violencia de género. Las participantes del trabajo de investigación fueron 15 mujeres, todas ellas son madres, con estudios superiores, que viven en diferentes sectores y barrios de Calderón, trabajan fuera de la casa, tienen un estado

socioeconómico medio, en edades de 21 a 35 años. Con los aportes de los estudios de género y una perspectiva feminista se analizó e interpretó la información y las experiencias del grupo de mujeres, esto, permitió comprender cómo las representaciones que están en sus actividades e interacciones cotidianas legitiman la violencia de género en el espacio público y privado, también, se explica el origen de las diferencias y las relaciones de poder que están ocultas en ellas. El análisis crítico visibiliza el sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres de Calderón.

En el segundo capítulo se presenta a la comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas, una propuesta de Sandra Massoni, quien, con sus aportes teóricos, analíticos, metodológicos y operacionales, invita a los y las comunicadoras a desplegar la multidimensionalidad y la complejidad de la comunicación, para generar encuentros socioculturales que buscan cambios en las personas y sus territorios. Esta teoría desarrolla una metodología específica que permite abordar las diferentes problemáticas sociales.

Finalmente, se desarrolla desde una mirada compleja varias matrices y gráficos que permiten observar y reflexionar entorno a lo comunicacional los procesos, vínculos, prácticas y relaciones intersubjetivas que están alrededor de la violencia de género. Fue necesario poner en común las experiencias cotidianas de cada una de las 15 mujeres en lo personal, familiar y laboral para entender e identificar el problema comunicacional, los componentes que lo causan, esto facilitó reconocer a las/los otros actores vinculados y relevantes que forman parte del problema. Con el análisis de los datos e información y la participación de las mujeres de Calderón y las/los otros actores se elaboró la estrategia comunicacional que considera a la violencia de género en la multidimensionalidad, con lo cual, se planificó varias acciones y encuentros que estimulan una reflexión colectiva, generan un diálogo de saberes entre el grupo de mujeres y las/los otros actores que emergen de los componentes identificados, para trabajar colectivamente en desaprender significados sociales basados en la diferencia sexual, hay que desnaturalizar la subordinación de las mujeres, provocar otras prácticas socioculturales basadas en la igualdad de derechos, otras modalidades de encuentro, otras racionalidades comunicacionales como son la heterogeneidad, las redes, a fin de, reconfigurar las relaciones, los vínculos, con lo cual, se propicia el cambio personal, social y conversacional anhelado.

## Capítulo primero

### Sociedad, diferencia sexual, reproducción y violencia de género

#### 1. La sociedad y el papel de sus instituciones en la reproducción de un orden simbólico basado en la diferencia sexual

La historia de la sociedad tiene como personaje principal y único al hombre. Él tiene todas las capacidades y el poder político para organizar las actividades que los otros, principalmente las mujeres están obligadas a cumplir. “La Humanidad es macho, y el hombre define a la mujer no en sí misma, sino con relación a él; no la considera como un ser autónomo” (Beauvoir 1990, 4). Desde sus inicios la sociedad está marcada por la dominación, discriminación y la violencia de los hombres hacia las mujeres.

Socialmente se estableció una supremacía a las diferencias biológicas, a partir de ahí se establecen las diferencias constitutivas de cada sexo; y culturalmente se atribuye características, comportamientos, funciones y valoraciones dicotómicas que favorecen a los hombres y discriminan a las mujeres.

La estructura de la sociedad está basada en la *diferencia sexual*, que como lo explica Carole Pateman (2008, 15) “[...] es una diferencia política, la diferencia sexual entre libertad y sujeción”. Con lo cual, se determina la división del espacio social, el espacio público (estado civil) para los hombres y espacio privado (estado de naturaleza) para las mujeres. “[...] Hay que comprender que la *diferencia sexual* es una diferencia estructurante a partir de la cual se construyen no sólo los papeles y prescripciones sociales sino el imaginario de lo que significa ser mujer o ser hombre [...]” (Lamas 1999, 88). Esta diferencia establece una forma específica de relación entre los sexos.

Para entender y explicar esta distribución social del espacio basada en la diferencia sexual y las repercusiones en la vida de las personas, surge la categoría *género*, un término que tiene varias acepciones y usos. Desde los estudios de género y las teorías feministas se utiliza como una categoría de análisis que permite examinar las relaciones desiguales basadas en la diferencia sexual. Para Joan Wallach Scott (1996, 23) “[...] el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen

los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder”. Una categoría relacional, que permite revelar el origen, el significado y las circunstancias de la subordinación de las mujeres.

La construcción social de la diferencia sexual determinó una dualidad entre hombres y mujeres, lo que ocasionó mayores desigualdades sociales, políticas y económicas entre ambos, una situación que todavía se conserva.

Las sociedades han producido y reproducido una estructura patriarcal, que es compleja, donde los hombres definen las funciones sociales de las mujeres, toman todas las decisiones respecto a su destino, además, controlan su sexualidad y disciplinan sus cuerpos. “Siempre han sido ellos quienes han tenido en sus manos la suerte de la mujer, y nunca han decidido en función de su interés, sino que siempre han tenido en cuenta sus propios proyectos, sus temores y sus necesidades” (Beauvoir 1990, 64). Este derecho lo consiguieron a través del contrato social, el cual les faculta someter a las mujeres. Como lo explica Pateman (2008, 9-10):

El contrato originario es un pacto sexual-social, pero la historia del contrato sexual ha sido reprimida. Las versiones usuales de la teoría del contrato social no discuten la historia completa y los teóricos contemporáneos del contrato no hacen indicación alguna de que desaparece la mitad del acuerdo. La historia del contrato sexual es también una historia de la génesis del derecho político y explica por qué es legítimo el ejercicio del derecho -pero esta historia es una historia sobre el derecho político como derecho patriarcal o derecho sexual, el poder que los varones ejercen sobre las mujeres. La desaparecida mitad de la historia señala cómo se establece una forma específicamente moderna de patriarcado. La nueva sociedad civil creada a través de un contrato originario es un orden social patriarcal.

Es así que, a partir del contrato original del que habla Pateman, se crea una nueva forma de derecho político o, mejor dicho, una desigualdad de poderes entre hombres y mujeres. Esta división reconoce a los hombres como los únicos sujetos con derechos, y como tal, toman el poder para organizar y legislar en la sociedad. Se instaura así, todo un sistema patriarcal que institucionaliza el dominio masculino sobre las mujeres.

Las leyes y la política sexual brindan derechos y privilegios únicamente a los hombres. A ellos se les concede el acceso exclusivo a participar en el ámbito público, también se les garantiza el acceso y el control sobre los cuerpos de las mujeres. Mientras, ellas son excluidas de la vida civil y política y desplazadas a la esfera privada. La libertad es un atributo propio de los hombres y la subordinación es inherente a las mujeres. Desde

esta distribución desigual del poder se estructura la sociedad y se establecen las relaciones sociales.

Con el surgimiento del sistema capitalista, en la sociedad se impuso una nueva división sexual del trabajo, donde se determinó que los hombres se harían cargo de la producción y las mujeres de la reproducción (en todas sus formas). Además, fueron excluidas, marginadas y sus actividades desvalorizadas, transformando así la vida de las mujeres y condenándolas aún más a la esfera privada. Esta nueva división fue ante todo “[...] una relación de poder [...]” (Federici 2013, 202), que mantuvo y reforzó el sistema patriarcal.

Para que esta estructura social se mantenga debe *reproducirse*, pero de forma sutil, indirecta, para lo cual, el sistema patriarcal-capitalista dentro de su complejidad ha creado varias instituciones sociales que están interrelacionadas (la familia, el sistema educativo, las religiones, los medios de comunicación, entre otros) y que ayudan en este proceso.

En este sentido, la familia (como institución social e ideológica y centro de la sociedad capitalista) es fundamental para mantener el sistema patriarcal-capitalista. En este espacio se impone, se legitima y reproduce estereotipos, prejuicios, comportamientos, formas de opresión, relaciones de poder e ideales del dominio masculino. El surgimiento de la familia sirvió como lo menciona Silvia Federici (2013, 171) “[...] sobre todo, para la propagación de la disciplina capitalista y la dominación patriarcal [...]”.

En este sistema a las mujeres sólo se les reconoce cualidades que responden en su mayoría a lo doméstico/privado. El trabajo de cuidado, crianza, entre otras funciones que las mujeres realizan en el espacio privado no es remunerado. Ya que, “El trabajo del ama de casa no es «trabajo». El trabajo tiene lugar en el mundo capitalista del hombre y de los espacios de trabajo. El significado de «trabajo» depende de la relación (reprimida) entre la esfera privada y la civil” (Pateman 2008, 190). Esta situación las subordina, invisibiliza la desigualdad socioeconómica, se la muestra como natural, inmutable, como algo normal e incuestionable y no como resultado de la dominación masculina a la que han sido sometidas durante siglos.

Y para seguir fortaleciéndose y perdurar, el sistema patriarcal-capitalista necesita de las instituciones sociales, como una de las piezas clave, ya que, a través de ellas, se impone y a la vez se produce y reproduce su orden simbólico basado en la *diferencia sexual*.

## 2. Representaciones sociales

Las condiciones sociales y políticas de discriminación, violencia, explotación que el sistema patriarcal-capitalista ha generado histórica y culturalmente para las mujeres se mantienen. Para lograr esto, el sistema implementa varios mecanismos para reforzarse.

Las representaciones sociales son una pieza clave en la estructura de la sociedad, porque, desempeñan el papel de núcleos configuradores de un orden social y político patriarcal-capitalista, que condicionan las relaciones afectivas, familiares, de trabajo, entre otras. Para Serge Moscovici (1979, 17-8):

La representación social es una modalidad particular del conocimiento cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los sujetos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, que liberan los poderes de su imaginación

Los valores, creencias y tradiciones culturales se ven reflejadas en las representaciones sociales, son quienes marcan un pensamiento homogéneo sobre la realidad y las personas, incluso predeterminan el destino de los miembros de la sociedad.

Para Robert Farr (1986, 125) las representaciones sociales son:

Sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios. No representan simplemente “opiniones acerca de”, “imágenes de”, o “actitudes hacia” sino “teorías o ramas del conocimiento” con derechos propios para el descubrimiento y la organización de la realidad. Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal.

Las representaciones están en todas las actividades cotidianas, en las conversaciones y en las formas de relacionarse de las personas. Circulan en el espacio público y privado. Al reproducirse logran que los modelos establecidos por el sistema patriarcal-capitalista se naturalicen y formen parte del sentido común de la gente, además, fortalecen al sistema, ya que, construyen una sociedad marcada por la desigualdad, también, crean grandes brechas



en el acceso económico, político, social, cultural, entre los miembros de la sociedad, en especial de las mujeres.

## 2.1. Representaciones de género

Las representaciones sociales y en específico las de género sin duda organizan las formas de relacionarse y las prácticas sociales diarias.

Se entiende por representaciones de género “[...] el significado social de un contenido que asigna valores y guías de conducta con respecto a las relaciones entre hombres y mujeres, constituyendo mandatos sociales que asignan diferentes posiciones a las personas de acuerdo con su sexo. Se trata de un sistema simbólico por el que se asigna significado al sexo” (Cuétara 2008, 158). Hay que aclarar que “[...] las representaciones de género se conceptualizan como una entidad psicosocial que privilegia la dimensión cultural compartida por hombres y mujeres, y que no se remite a la dimensión individual o identidad sexual particular” (159).

Los estudios de género y las teorías feministas han realizado grandes e importantes aportes teóricos conceptuales para entender y visibilizar el sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres, “[...] no se trate solamente de identificar, enumerar y describir la diferencia en sus diversas expresiones, sino de comprender y explicar la génesis de esas diferencias y sus consecuencias en las estructuras cognitivas de los sujetos en la cultura” (Flores et al. 2012, 349).

Hay una visión reducida de lo que es ser hombre o mujer, de lo masculino o femenino. Se ha construido una imagen de mujer totalmente estereotipada (mujer blanca, rubia, delgada, alta).

La mujer pues, habita la cultura patriarcal en tanto que significante para el otro masculino, aprisionada por un orden simbólico en el que el hombre puede dar rienda suelta a sus fantasías y obsesiones a través de órdenes lingüísticas que imponen sobre la silenciosa imagen de la mujer, que permanece encadenada a su lugar como portadora de sentido, no como productora del mismo. (Mulvey 1988, 59)

Por eso Simone de Beauvoir (1990, 109) dice que “No se nace mujer: se llega a serlo. Ningún destino biológico, psíquico o económico define la figura que reviste en el

seno de la sociedad la hembra humana; es el conjunto de la civilización el que elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se califica de femenino”.

Las características de lo que es ser mujer están determinadas por los deseos, mirada y necesidades sociales de los hombres. Hay una exigencia social sobre el cuerpo de las mujeres, esto se base en la idea de que las mujeres existen para complacer a los otros. La imagen sexualizada de la mujer, su cosificación provoca y refleja sumisión, lo que las anula como personas con derechos. Para Asunción Bernárdez (2009, 270) en la sociedad se mantiene un estereotipo tradicional de mujer, lo que ella llama “mujer-muñeca, que define lo femenino como artificial e inorgánico [...]”, ya que, “Las muñecas son siempre instrumentos donde ejercer la dominación y los deseos más o menos “ideales” de los hombres” (271). Este estereotipo convierte a las mujeres en objeto de posesión y dominio.

El sistema produce y reproduce un modelo de mujer, que la pone en posición de inferioridad, esto conlleva a que socialmente se genere y se acepte comportamientos y actitudes de control y violencia hacia las mujeres.

Las personas se convierten en hombres y mujeres en función del aprendizaje de representaciones culturales de género que rigen, no sólo, su constitución genérica, sino también, el carácter de las relaciones que, unos y otras, mantienen en diferentes esferas sociales [...]. Así, el género, como sistema cultural, provee de referentes culturales que son reconocidos y asumidos por las personas. (Colás 2007, 38)

La idea de la diferencia entre hombres y mujeres genera prácticas discriminatorias hacia las mujeres, crea grandes obstáculos que les impide acceder a beneficios sociales, de salud, laborales, todo esto dificulta que ellas disfrutar de sus derechos y libertades fundamentales como seres humanos.

La reproducción de representaciones de género se da en el espacio público y privado. Para lo cual, el sistema utiliza a las industrias culturales como la publicidad, el cine y cuenta con medios de comunicación masivos (televisión, radio, prensa escrita) y medios digitales para bombardear a la sociedad con ideas, prejuicios, estereotipos, prohibiciones sobre la vida de las mujeres y de los hombres.

A la industria publicitaria no le importa los mensajes y las imágenes estereotipadas que construye alrededor de lo femenino y de lo que es ser mujer, y menos aún le interesa

los efectos negativos y graves que causa en el bienestar de las personas, en particular en las mujeres.

[...] es difícil estar sano en lo que yo le llamo un ambiente cultural tóxico, un ambiente que nos rodea con imágenes insanas y constantemente sacrifica nuestra salud y nuestro sentido de bienestar por dinero. Las publicidades venden más que productos. Vende valores, imágenes, conceptos de amor y sexualidad, de éxito y tal vez el más importante de normalidad. Hasta el grado de decirnos quiénes somos y quiénes deberíamos ser. (Kilbourne 2010, 0:18)

Además, Coral Morera Hernández (2014, 262) plantea que:

[...] los efectos audiovisuales son relevantes, si no por la capacidad de influir en la predisposición a adoptar o aprender conductas violentas, sí por su tendencia a que dichas conductas sean normalizadas y pasen a formar parte del entorno simbólico social. Se trata de la “influencia invisible” que ha sido abordada por los teóricos de los efectos de los medios de segundo orden [...], y que nos afecta sin que seamos conscientes, de forma sutil, casi imperceptible, y que puede llevarnos a familiarizarnos, aceptar y finalmente adoptar creencias, hechos, actitudes, etc.

En la sociedad hay un orden simbólico masculino que clasifica y ordena el mundo en perjuicio para las mujeres, y que al reproducirse se vuelve una práctica común y natural. “[...] hemos incorporado, como esquemas inconscientes de percepción y de apreciación, las estructuras históricas de orden masculino” (Bourdieu 2000, 8).

Las representaciones de género ubican a las mujeres en el espacio privado y en un estado de subordinación, quien está a cargo de forma exclusiva del mantenimiento de la casa y el cuidado de los otros. Mientras que al hombre lo ubica en el espacio público con derecho a participar políticamente. Las relaciones asimétricas entre hombres y mujeres en la vida cotidiana demuestran su carácter estructural. Existe “[...] una división consensada y omnipresente de significados, oposiciones simbólicas [...] respecto de las categorías de masculino y femenino, que atribuyen lo individual/instrumental al varón y lo comunal/expresivo a la mujer” (Cuétara 2008, 159).

Culturalmente las relaciones y prácticas sociales han sido organizadas para que respondan a los intereses del patriarcado y del capital. Se ha construido una dualidad entre los sexos, con lo cual, se disminuye la importancia del papel de las mujeres y las pone en condición de inferioridad, además, se ha naturalizado un discurso y representaciones que generan discriminación y subordinación.

Los contenidos de las representaciones de género son históricamente situados y consensuales, lo que significa que las representaciones de lo femenino y lo masculino tendrían la misma estructura en los hombres y las mujeres de determinado grupo en un momento histórico dado, y que dichas representaciones valoran asimétricamente lo femenino y lo masculino, privilegiando esto último, lo que redundaría en una organización social de roles y posturas de poder en desventaja para las mujeres. (2008, 160)

Una sociedad que no cuestiona sus relaciones de poder genera lo que Bourdieu (2000, 14) denomina el *Habitus*:

Cuando los dominados aplican a lo que les denomina unos esquemas que son el producto de la dominación, o, en otras palabras, cuando sus pensamientos y sus percepciones están estructurados de acuerdo con las propias estructuras de la relación de dominación que se les ha impuesto, sus actos de conocimientos son, inevitablemente, unos actos de reconocimiento, de sumisión.

Se debe entender que las representaciones son construcciones socioculturales, que son socializadas en varios espacios y través diversas instituciones. En definitiva, son aprendidas por las personas, por lo tanto, se pueden desaprender. Es indispensable, como dice Bourdieu (2000, 45) “[...] una revolución simbólica que cuestione los propios fundamentos de la producción y reproducción del capital simbólico [...]”.

Es necesario visibilizar las relaciones de poder que están ocultas en las representaciones de género, además, de cómo se han naturalizado prácticas opresoras, discriminatorias y violentas contra las mujeres, que trasgrede sus derechos: a la vida, integridad, seguridad, salud integral, libertad, igualdad, a una vida digna.

### **3. Violencia de género y derechos humanos**

Históricamente, en todos los países, se ha ejercido una violencia sistemática sobre y contra las mujeres. La violencia de género o violencia hacia las mujeres es un problema de salud pública, que afecta a todas las mujeres del mundo, no importa su edad, condición social, económica o cultural. En esta violencia se expresa y se exhibe el poder masculino. Como lo afirma Rita Segato (2016, 171) “[...] el subsuelo de toda la violencia es una estructura común, el patriarcado simbólico”. Que normaliza las agresiones, cada vez más brutales en contra de las mujeres.

En la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer “Convención de Belém do Pará” se estableció que:

Artículo 1: [...] por violencia contra la mujer cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado.

Artículo 2: Se entenderá que violencia contra la mujer incluye la violencia física, sexual y psicológica:

a. que tenga lugar dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal, ya sea que el agresor comparta o haya compartido el mismo domicilio que la mujer, y que comprende, entre otros, violación, maltrato y abuso sexual;

b. que tenga lugar en la comunidad y sea perpetrada por cualquier persona y que comprende, entre otros, violación, abuso sexual, tortura, trata de personas, prostitución forzada, secuestro y acoso sexual en el lugar de trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar, y

c. que sea perpetrada o tolerada por el Estado o sus agentes, donde quiera que ocurra. (OEA 1994)

Esta definición permite entender que, “La violencia física o sexual es un problema de salud pública que afecta a más de un tercio de todas las mujeres a nivel mundial [...]” (OMS 2013). Las agresiones ocurren en el espacio público y privado. Es importante recalcar que no es un problema familiar (privado) o sólo de mujeres, peor aún, el resultado aceptable de determinadas tradiciones culturales. “[...] la expresión «violencia sexual» confunde, pues aunque la agresión se ejecute *por medios sexuales*, la finalidad de la misma no es del orden de lo sexual sino del orden del poder [...]” (Segato 2016, 18). Es sobre todo mostrar la autoridad masculina y tener bajo control a las mujeres. La violencia que ejercen los hombres mantiene su posición y sus privilegios, a costa del sufrimiento, daño, incluso de la vida de miles de mujeres en todo el mundo. Como lo señalan varios acuerdos y tratados internacionales es un atentado a los derechos humanos.

La violencia contra mujeres y niñas es una de las violaciones a los derechos humanos más sistemáticas y extendidas. Está arraigada en estructuras sociales construidas en base al género más que en acciones individuales o acciones al azar; trasciende límites de edad, socio económicos, educacionales y geográficos; afecta a todas las sociedades; y es un obstáculo importante para eliminar la inequidad de género y la discriminación a nivel global. (Asamblea General de las Naciones Unidas 2006)

Además, los Estados partes presentes en la Convención de Belém do Pará, afirman que, “[...] la violencia contra la mujer constituye una violación de los derechos humanos y

las libertades fundamentales y limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades” (OEA 1994). Esta violencia tiene consecuencias individuales y sociales, que afectan gravemente el estado físico, psicológico, emocional, incluso patrimonial, asimismo, disminuye la interrelación social, el desarrollo armónico de las emociones y la calidad de vida de las mujeres. Margaret Chan (2013), Directora General de la Organización Mundial de la Salud menciona que “[...] la violencia contra las mujeres es un problema de salud mundial de proporciones epidémicas”.

Las condiciones sociales y políticas en las que viven las mujeres a nivel mundial están marcadas por la subordinación, humillación y discriminación, estas circunstancias crean grandes brechas socioeconómicas, lo que genera dependencia y relaciones desiguales entre hombres y mujeres.

[...] la violencia de género es una manifestación de relaciones de poder, por lo tanto, no es sólo una violencia física, sino que es un fenómeno bastante más complejo que tiene que ver con las relaciones de poder desiguales histórica y culturalmente establecidas entre hombres y mujeres. [...] esta violencia tiene su origen en pautas culturales, prácticas y representaciones que construyen los cuerpos de una manera muy determinada inscribiendo en ellos unas determinadas significaciones culturales y sociales [...]. (Plaza 2007, 133-4)

La realidad que viven millones de mujeres alrededor del mundo demuestra que no se respetan y que no pueden ejercer sus derechos y libertades.

Los resultados de un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud en colaboración con la Escuela de Higiene y Medicina Tropical de Londres y el Consejo de Investigación Médica de Sudáfrica, sobre la prevalencia de la violencia contra las mujeres, ejercida tanto por la pareja como por otras personas, demuestran que: “Cerca del 35% de todas las mujeres experimentarán hechos de violencia ya sea en la pareja o fuera de ella en algún momento de sus vidas. El estudio revela que la violencia de pareja es el tipo más común de violencia contra la mujer, ya que afecta al 30% de las mujeres en todo el mundo” (OMS 2013).

Otros datos que revelan la situación que viven miles de mujeres. “Aproximadamente 15 millones de mujeres adolescentes (de entre 15 y 19 años de edad) de todo el mundo han sufrido relaciones sexuales forzadas (coito u otras prácticas sexuales forzadas) en algún momento de sus vidas” (UNICEF 2017, 73-82).

En un estudio realizado por la Unión Interparlamentaria en 39 países de cinco regiones, el 82 por ciento de las parlamentarias encuestadas declaró haber experimentado alguna forma de violencia psicológica (comentarios, gestos e imágenes de carácter sexista o de naturaleza sexual degradante usados contra ellas, amenazas o acoso laboral) durante su mandato. [...] 65 por ciento fue objeto de comentarios sexistas, procedentes principalmente de colegas masculinos en el parlamento, tanto de los partidos de la oposición como de los suyos. (Unión Interparlamentaria 2016, 3)

En otro “[...] estudio plurinacional realizado en Oriente Medio y África del Norte, entre el 40 y el 60 por ciento de las mujeres declaró haber sufrido acoso sexual en la calle (principalmente comentarios de carácter sexual, hostigamiento/seguimiento o miradas fijas/obscenas) [...]” (Promundo y ONU Mujeres 2017, 16).

La violencia que sufren todas las mujeres alrededor del mundo es alarmante. Todos los días están expuestas a diferentes tipos de acciones o conductas que ponen en riesgo su salud e incluso sus vidas.

Los impactos en la salud de las mujeres que sufren violencia por parte de sus parejas o de otra persona son: “[...] lesiones, depresión, problemas del uso alcohol, infecciones de transmisión sexual, embarazo no deseado y aborto [...]”. (OMS 2013).

Muchos de los ataques que sufren las mujeres terminan con sus vidas. “Se estima que de las 87,000 mujeres que fueron asesinadas globalmente en el 2017, más de la mitad (50,000-58 por ciento) fueron matadas por sus parejas o miembros familiares. Lo que quiere decir que 137 mujeres alrededor del mundo son asesinadas a diario por un miembro de su familia” (UNODC 2018, 10).

Estos datos son una muestra de las agresiones que reciben las mujeres en todo el mundo, por parte de los hombres y de un sistema que ha institucionalizado la desigualdad y la violencia.

Las organizaciones y asociaciones feministas han logrado que se reconozca públicamente la existencia de la violencia hacia las mujeres como un problema sociocultural que afecta gravemente a todas las personas a nivel mundial. Y, es urgente que los diferentes Estados y los organismos internacionales se comprometan a proteger y respetar los derechos de las mujeres.

### 3.1. Violencia de género en el Ecuador

La diferencia sexual ha significado desigualdad legal, social, económica, en perjuicio de las mujeres. Además, marcó definitivamente la forma de relacionarse entre hombre y mujeres.

Desde el punto de vista histórico, las sociedades han mantenido y reproducido una estructura patriarcal. Varias son las estrategias políticas, mecanismos, medios que los hombres ha utilizado para naturalizar la violencia hacia las mujeres. Carlos Lomas (2003,11) menciona que: “Casi nadie niega hoy ya –tal como han mostrado la antropología, la sociología, el psicoanálisis, la filosofía, la lingüística o la indagación histórica– la construcción de un orden social y simbólico vinculado a los privilegios de la dominación masculina y sus obscenos efectos en la vida cotidiana de las mujeres”.

La sociedad ecuatoriana responde a esa estructura, donde la división sexual establece discriminación, subordinación, violencia en todas sus formas hacia las mujeres.

En la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer la expresión *discriminación hacia las mujeres* se define como:

[...] toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera. (Naciones Unidas 1981)

En el país existe y hay datos que evidencian la violencia: física, psicológica, sexual, simbólica, patrimonial y gineco-obstétrica que sufren las mujeres. “En el Ecuador, la problemática social de la violencia de género contra las mujeres en las relaciones interpersonales y/o familiares, ha sido denunciada como tal por el movimiento de mujeres desde la década de los 80” (INEC 2011). Por esta razón, en el 2011 por primera vez en el Ecuador se realizó la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres. Y en el 2019 se realizó la segunda “ENVIGMU”. Esto se llevó a cabo con mujeres de 15 años en adelante, de sectores urbanos, rurales de todas las provincias del país.



A continuación, se muestran algunos de los datos e información que se obtuvo de las encuestas: “65 de cada 100 mujeres en el Ecuador, han experimentado por lo menos un hecho de algún tipo de violencia en alguno de los distintos ámbitos a lo largo de su vida. Violencia total 64.9%, Violencia física 35.4%”, Violencia Sexual 32.7%, Violencia Patrimonial 16.4%” (INEC 2019). La violencia psicológica es la forma más recurrente de violencia de género con el 53,9% en el 2011 y el 56,9% en el 2019. Otro tipo de violencia que se visibiliza es la Gineco-Obstétrica, ya que, “48 de cada 100 mujeres en el Ecuador, han experimentado por lo menos un hecho de violencia gineco-obstétrica a lo largo de su vida. A nivel Nacional 47.5%, Urbano 44.7%, Rural 54.8%” (INEC 2019). La violencia que sufren las mujeres ecuatorianas sucede en el espacio público y privado: “Educativo 19.2%, Laboral 20.1%, Social 32.6%, Familiar 20.3%, Pareja 42.8%” (INEC 2019). En todas las provincias del país la violencia de género sobrepasa el 50%. Además, el nivel educativo en las mujeres no las exime de sufrir agresiones, en todos los niveles de educación la violencia sobrepasa el 50%, pero en las mujeres que tienen menos acceso a la educación la violencia llega al 70%.

Las distintas agresiones que reciben las mujeres tienen un alto grado de peligrosidad, la violencia que sufren por parte de sus parejas o ex parejas ponen en riesgo sus vidas, esto se evidencia en que 1 de cada 4 de las agresiones vividas por las mujeres suponen un serio peligro a su integridad.

La agresividad y gravedad de cada una de las agresiones tiene consecuencias severas en la vida de las mujeres, lo cual, reafirma que la violencia hacia las mujeres constituye una violación de los derechos humanos. Cada vez que una mujer es atacada “[...] se atenta principalmente contra el derecho a la vida, a la seguridad, a la libertad y a la integridad personal” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género 2014, 65).

El sufrimiento, dolor, daño que causan las parejas o exparejas a las mujeres no sólo transgrede su integridad, sino que como revela “[...] una investigación de la Organización Panamericana de la Salud [...] lesiona la afectividad y la vida relacional, a la vez que atenta contra el derecho humano a la salud integral y el derecho al goce de condiciones que posibiliten el pleno desarrollo de una vida digna” (OPS 1993).

En los casos de violación son pocas las víctimas que denuncian, ya que, se enfrentan a grandes obstáculos socioculturales y legales para recibir justicia, algunas de ellos son:

[...] el hecho de que estas agresiones hayan sido perpetradas por familiares, amigos o conocidos; la vergüenza y temor de la sanción social que tiende a responsabilizar a las víctimas de violación; la falta de confianza en la justicia formal; y, debido las distintas formas de revictimización que deben enfrentar durante el proceso judicial. [...] tener que realizarse exámenes médico legales en condiciones no siempre adecuadas, confrontarse con el agresor, exponerse a que los abogados del perpetrador saquen a la luz su vida privada y pongan en duda su moral, entre otras. (Consejo Nacional para la Igualdad de Género 2014, 86)

Por todo este sufrimiento tienen que pasar las víctimas de violación que se atreven a denunciar. En muchos casos se abandona el proceso. La violación o prácticas sexuales bajo amenaza o utilizando la fuerza, es un *delito*, al mismo tiempo atenta contra el derecho a la libertad sexual, a la igualdad y a la integridad física, moral, psicológica y sexual de las mujeres. “[...] del total de casos de violación o de relaciones sexuales forzadas (362.268) solamente el 1,9% de los perpetradores (6.915) recibieron alguna sanción. Esto demuestra que tanto por las restricciones sociales, de género y culturales como por las barreras del sistema judicial, la enorme mayoría de casos quedan en la impunidad” (86). Estos datos corresponden al 2011.

La máxima expresión de violencia contra las mujeres es el femicidio, acto que termina con sus vidas por el hecho de ser mujeres. En Ecuador desde el año 2014 en el Código Orgánico Integral Penal (COIP) se:

[...] contempla la tipificación por primera vez el femicidio en el Art. 141, reconociendo así “la muerte producida a una mujer por el hecho de serlo” el cual desde una comprensión de género que dicho crimen se comete como “resultados de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia”; y, establece para los responsables una pena de 22 a 26 años, y acumulación hasta 40 años de pena privativa de libertad (Consejo Nacional para la Igualdad de Género 2014, 24).

La tipificación del femicidio no ha garantizado que este delito no se cometa. Según la Fiscalía General de Estado sólo se ha podido recolectar información sobre femicidios a partir de agosto de 2014.

Es así que, desde el 10 de agosto 2014 hasta el 31 de mayo de 2019 se registran 935 muertes violentas de mujeres a nivel nacional, de las cuales sólo 335 constan como femicidios, lo que representa el 36%. Los femicidios por año son: “55 en el 2015, 66 en 2016, 103 en 2017, 60 en 2018, en el 2019 de enero hasta mayo hubo 24” (Fiscalía General

del Estado 2019, 5). En las provincias de Pichincha, Guayas y Manabí se concentran más las muertes por femicidio. Quito es la ciudad que ocupa el primer lugar de las 10 ciudades que concentran el total de los femicidios. “En cuanto a la relación de los agresores con las víctimas, es su mayoría estos delitos son cometidos por los convivientes, cónyuges o parejas, que suman el 71,1%. En tanto que los exconvivientes, exparejas y excónyuges suman el 23.5%, mientras los femicidios en donde no existe una relación de pareja (familiar, amigo, conocido, otros no familiares) alcanzan 4.5% [...]” (Fiscalía General del Estado 2019, 14).

Estos datos visibilizan en algo la violencia que viven las mujeres en el Ecuador. Ya que, varias organizaciones que luchan por los derechos de las mujeres registran otros datos. Como, por ejemplo:

Alianza para el monitoreo y mapeo de los femicidios en Ecuador: Este monitoreo es realizado por organizaciones de la sociedad civil [...] a partir de los reportes de muertes violentas generado por organizaciones de mujeres y feministas. La extrema violencia machista recorre el país, tanto la ruralidad como las ciudades, y atraviesa todas las condiciones sociales y las edades. En este año, ya se registran 95 femicidios, siendo que Guayas, Pichincha y Cotopaxi son las provincias en donde se encontraron más víctimas. Por lo menos, 73 niños, niñas y adolescentes han quedado en la orfandad; 4 de las mujeres víctimas estaban embarazadas; y, en 3 de los 95 casos, las víctimas contaban con boletas de auxilio. (CEDHU 2019)

Es necesario mencionar que las organizaciones tienen un registro de 720 femicidios desde enero de 2014 hasta noviembre de 2019. Casi el doble si comparamos con los datos que registra la Fiscalía General del Estado. Además, se entiende que no todas las violencias son denunciadas. Por esta razón, se habla de un subregistro que revelaría un número mayor de víctimas.

La realidad del Ecuador es que 7.305.816<sup>1</sup> mujeres, es decir el 50.4% del total de la población son víctimas potenciales de sufrir algún tipo de violencia, sólo por el hecho de ser mujeres. Como bien lo menciona Marcela Lagarde (2005, 258) “Las prohibiciones ideológicas y jurídicas no impiden que la violencia sea característica de las relaciones entre hombres y mujeres, y de las instituciones en que éstas ocurren [...] la violencia a las mujeres ocurre sin que medie ninguna relación social previa, salvo la pertenencia genérica.

---

<sup>1</sup> Este dato corresponde a la información del INEC

De esta manera, la violencia a las mujeres es un supuesto de la relación genérica patriarcal previa a las relaciones que establecen los particulares [...]”.

Hay que entender que la violencia hacia las mujeres empieza desde los inicios de la historia de la sociedad, donde el hombre es considerado el referente absoluto de la humanidad, es quien organiza y toma todas las decisiones. “La mujer se determina y se diferencia con relación al hombre, y no este con relación a ella; la mujer es lo inesencial frente a lo esencial. Él es el Sujeto, él es lo Absoluto; ella es lo Otro” (Beauvoir 1990, 4). Con estas ideas se fueron construyendo las sociedades, siempre discriminando y excluyendo a las mujeres de todo acto político, económico o sociocultural.

Con el surgimiento del capitalismo se creó nuevas relaciones, donde la violencia fue un pilar esencial para dominar a las mujeres. Es así que, el trabajo de las mujeres, sus conocimientos, saberes, sus funciones reproductivas fueron expropiadas y controladas a través de un sistemático proceso de violencia; para Silvia Federici la caza de brujas constituyó un hecho fundamental para el capitalismo y una muestra del brutal ataque que sufrieron las mujeres. Esto permitió disciplinar sus cuerpos, destruir su voluntad, poniéndolas al servicio de los hombres.

Las mujeres no hubieran podido ser totalmente devaluadas como trabajadoras, privadas de toda autonomía con respecto a los hombres, de no haber sido sometidas a un intenso proceso de degradación social, y efectivamente, a lo largo de los siglos XVI y XVII, las mujeres perdieron terreno en todas las áreas de la vida social. Una de estas áreas claves en la que se produjeron intensos cambios fue la ley. [...] Uno de los derechos más importantes que perdieron las mujeres fue el derecho a realizar actividades económicas por su cuenta, como *femme soles*. [...] además de la devaluación económica y social, las mujeres experimentaron un proceso de infantilización legal. (Federici 2013, 176)

La dominación masculina y la subordinación que han sufrido las mujeres durante siglos, no obedece a las características biológicas, sino que, como lo demuestran los estudios de género y las teorías feministas son el resultado de los procesos de construcciones socioculturales basadas en la diferencia sexual y relaciones de poder (género).

[...] la violencia contra la mujer constituye una manifestación de relaciones de poder históricamente desiguales entre el hombre y la mujer, que han conducido a la dominación de la mujer y a la discriminación en su contra por parte del hombre e impedido el adelanto pleno de la mujer, y que la violencia contra la mujer es uno de los mecanismos sociales

fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre. (ONU 1993)

Hay una corresponsabilidad que tiene la sociedad civil (la academia, asociaciones, organizaciones sociales, medios de comunicación, en definitiva, todos los miembros que la conforman) y los Estados para *no legitimar*, ni reproducir patrones socioculturales que invisibilizan la violencia hacia las mujeres. También, se necesita de la participación activa de todas las personas y un compromiso social y político que respete y promuevan los derechos humanos y las leyes sobre prevención, protección y erradicación de la violencia hacia las mujeres, que ya existen pero que no se ejecutan generando impunidad e injusticia.

Los acuerdos y tratados internacionales exigen y obligan a los Estados partes a crear y ejecutar estrategias y políticas públicas sobre igualdad de género, con lo cual, a corto y largo plazo se puede eliminar o disminuir la violencia y discriminación hacia las mujeres. Ya que:

[...] Toda mujer tiene derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado. [...].

[...] El derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros:

- a. el derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y
- b. el derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación. (OEA 1994)

Es imprescindible visibilizar que la subordinación de las mujeres no es natural, ni normal, que existe un sistema de dominación que las ubica en esta condición, por eso, es urgente contar con estrategias comunicacionales que coadyuven a desmontar y modificar patrones machistas, para desaprenderlos y desnaturalizar la subordinación de las mujeres, además, de reconfigurar las relaciones. Que, sumado a otras acciones y prácticas socioculturales, de educación y luchas colectivas ayuden a transformar la situación de subordinación en el viven muchas mujeres en el Ecuador.

Se entiende que el problema de la violencia hacia las mujeres es complejo, tiene varios componentes, uno de ellos estructural, pero eso no quita que se puede luchar en otros frentes para desestabilizarlo y de a poco transformarlo.

Las mujeres han luchado y resistido durante siglos a todos los mecanismos de violencia que el sistema patriarcal ha implementado. La lucha continua y sin duda las

mujeres de todos los países incluido el Ecuador seguirán alzando su voz para conseguir un mundo más justo y equitativo, donde todas y todos gocen de los mismos derechos y libertades fundamentales.

#### **4. Estudio de caso/grupo de mujeres de la parroquia de Calderón**

Calderón es una parroquia que pertenece al Cantón Quito, forma parte de la provincia de Pichincha. Cabe mencionar que Pichincha es una de las 3 provincias con altos índices de femicidio en el Ecuador, según datos de la Fiscalía General del Estado (2019, 7) desde agosto 2014 a mayo 2019 se registró 65, de los cuales 51 fueron en Quito, además, esta ciudad ocupa el primer lugar de las 10 ciudades que concentran el total de los femicidios. Y con respecto a denuncias sobre violencia en el año 2017 “En la capital se receptaron 1.563 denuncias por violencia psicológica, física y sexual contra la mujer o algún miembro familiar en el primer cuatrimestre de este año. Durante el 2016 se registraron 7.793 casos. [...] La zona con mayor registro de denuncias fue Carapungo, ubicada en la parroquia rural de Calderón [...]” (Rosero 2017). Con estos antecedentes, cobra sentido y resulta pertinente la preocupación de indagar sobre la violencia hacia las mujeres en Calderón. Es necesario y urgente conocer la realidad social de las mujeres de esta parroquia de Quito y se lo hará a través de las experiencias y conocimientos de 15 mujeres que viven en diferentes barrios/sectores de Calderón, con el ánimo de comprender más sobre aquello que se quiere transformar.

Este trabajo considera que la violencia contra las mujeres es una problemática compleja, urgente de analizar y discutir a nivel social en diferentes espacios (académicos, políticos, cotidianos) para proponer soluciones a corto, medio y largo plazo. Los diálogos colectivos, los análisis y las estrategias comunicacionales entorno a la violencia hacia las mujeres necesitan un enfoque global y multidisciplinar, ya que, este problema social por su complejidad tiene varias aristas que se interrelacionan y que hay que considerar en el análisis y en las posibles soluciones. Como dicen Edgar Morin (1994, 421) “[...] nada está realmente aislado en el Universo y todo está en relación”, entendiéndolo, es que se propone adentrarse en la red compleja de relaciones que generan las representaciones de género en la cotidianidad de las 15 mujeres de Calderón.

La violencia de género como lo dice Nuria Varela (2019) “[...] es un problema muy serio que carcome a la sociedad, no es un problema de mujeres [...]”, es una problemática sociocultural que involucra y afecta a hombres y mujeres. En una sociedad construida por hombres y para ellos, es necesario escuchar las voces de las mujeres. En el Ecuador el 50,4% (INEC 2019) de la población son mujeres, por eso la importancia de su participación, porque sus voces tienen que ser escuchadas como personas con derechos, como seres completos y no de segunda categoría, tienen la capacidad de decidir y proponer cambios para mejorar sus condiciones sociales y políticas. Y las 15 mujeres de Calderón son un ejemplo de ello, ellas alzarán sus voces para visibilizar en sus experiencias las situaciones de desigualdad y relaciones de poder que viven cada día, nadie mejor que ellas para reflexionar, cuestionar las acciones y sentidos compartidos que fomenta y legitiman su opresión, la discriminación y la violencia que sufren.

Las 15 mujeres de Calderón, con las que compartí el proceso de esta investigación, están conscientes que para cambiar la estructura de poder y la situación de desigualdad en la que viven es necesario que hombres y mujeres se unan, se organicen, trabajen en conjunto, así habrá mayores posibilidades para construir otras formas de verse y relacionarse. Y desde la comunicación estratégica eso es posible, ya que, al trabajar desde la complejidad y lo fluido se considera todas las dimensiones y a todas las personas involucradas en el problema (en este caso concreto, hombres y mujeres de la parroquia de Calderón y del cantón Quito), y a la vez se despliega la multidimensionalidad de la comunicación para crear acciones y encuentros que estimulan procesos de reflexión colectiva (que involucran a las 15 mujeres de Calderón y a las/los otros actores), que fomentan otras racionalidades comunicacionales como la heterogeneidad y las redes, en donde se irán tejiendo las nuevas relaciones, además, de un nuevo orden simbólico basado en la igualdad y respeto a los derechos humanos.

Esta es la razón por la que las 15 participantes del trabajo de investigación son mujeres, porque ellas con su mejor arma: sus voces, han roto el silencio, uno de los mandatos del patriarcado, para reclamar por sus derechos. Este grupo de mujeres es diverso, viven en diferentes barrios y sectores de Calderón<sup>2</sup>, tienen estudios superiores,

---

<sup>2</sup> En el anexo 3, se muestra el cuadro con los nombres de los barrios y sectores en el que viven las participantes.

trabajan fuera de la casa, todas ellas madres, con un estado socioeconómico medio, en edades de 21 a 35 años.

Para iniciar la discusión y proponer algunas intervenciones comunicacionales, esta investigación busca analizar cómo las representaciones de género que están en las actividades e interacciones cotidianas de las 15 de mujeres de Calderón legitiman la violencia de género en el espacio público y privado. En estas construcciones sociales es donde se mantienen los saberes, la memoria, los valores, las tradiciones y el sentido común de los grupos, son quienes marcan un pensamiento homogéneo hegemónico masculino sobre la realidad y las personas. Se las aprende a través de la socialización en varios espacios y se refuerzan en las instituciones sociales (Familia, sistema educativo, medios de comunicación). Por esta razón, es fundamental su análisis.

[...] Entre las mediaciones subjetivas y culturales que organizan tanto nuestra experiencia sensible de las cosas como nuestro conocimiento compartido del mundo se encuentran, entre otras, el origen sexual, el lenguaje, la familia, la instrucción escolar, el grupo de iguales, el estatus económico y social, las ideologías dominantes y los estilos de vida que actúan, junto a los mensajes de la cultura de masas, como referentes simbólicos enormemente eficaces en las conductas, en las actitudes y en los valores de las personas en nuestras sociedades. (Lomas 2003, 145)

Es así que, las representaciones sociales en general y las de género en particular son el terreno común para entender los significados históricamente compartidos entre todas las personas de una sociedad. Ya que, como menciona Lamas (1999, 94) “La manera como las personas aprehenden es mediante las actividades cotidianas constituidas simbólicamente, es decir, día con día mediante la práctica. Establecidos como conjunto objetivo de referencias, los conceptos cotidianos sobre lo femenino y masculino estructura la percepción y la organización concreta y simbólica de toda la vida social”.

Los estudios de género revelan que las representaciones de género están íntimamente vinculadas a construcciones socioculturales que determinan roles, características y afectos específicos para cada género-sexo, además, de las relaciones de poder que se ocultan en ellas, que al reproducirse socialmente determinan y naturalizan las prácticas y relaciones desiguales entre hombres y mujeres.

Como se ha mencionado antes, la *diferencia sexual* establece diferencias asimétricas concretas, que orientan creencias y actitudes en las personas. Como dice Marta Lamas



(1999, 88) la “Diferencia sexual es más que biológica”. Además: “Mujeres y hombres son “producidos” por el lenguaje y las prácticas y representaciones simbólicas dentro de formaciones sociales dadas, pero también por procesos inconscientes vinculados a la simbolización de la *diferencia sexual*”.

Sin duda, hay un orden y una cultura hegemónica y desigual que favorece a los hombres y a lo masculino, que sostiene un sistema de valores que históricamente ha discriminado a las mujeres. “He aquí lo que determina la asimetría cognitiva producto de la asimetría estructural de las relaciones entre los sexos, ajenas al sujeto y ajenas a su control consciente, lo que da lugar a conductas racistas y sexistas activadas de manera automática por el contexto social” (Cuétara 2008, 160).

Una perspectiva feminista, entendida como “[...] un punto de partida conformado por la lucha contra la discriminación sexual [...]” (Federici 2020, 161), visibiliza las creencias, los valores, los supuestos ideológicos, establecidos con base en las diferencias biológicas, las que establecen relaciones de poder y ponen a hombres y mujeres en posiciones sociales distintas en la sociedad.

Esta investigación tiene una mirada crítica y reflexiva sobre las representaciones de género con las que interactúan en sus vidas diarias las 15 mujeres, ya que son la muestra del imaginario colectivo socialmente aprendido. Además, cree que es necesario visibilizar el conjunto de normas y los puntos de vista de las mujeres relacionados con las diferencias entre femenino/masculino y mujeres/hombres, para entender las relaciones de poder que existen en Calderón y cómo estas causan opresión, prácticas discriminatorias y violencia de género.

Debido a la emergencia sanitaria generada por la COVID-19 a nivel nacional y mundial, está prohibido tener reuniones sociales, por este motivo, las entrevistas al grupo de mujeres se realizaron a través de plataformas virtuales.

La primera reunión con las 15 participantes fue de forma individual, con el objetivo de dar a conocer los detalles de la investigación.

Para realizar las entrevistas se elaboró un banco de preguntas que, en cinco reuniones grupales se desarrolló (se organizó tres grupos de cinco cada uno, con los cuales se realizó 3 reuniones y con las quince mujeres hubo 2 reuniones, en una de ellas se armó un grupo de discusión). Además, con tres mujeres se realizó de forma individual por una sola

vez una entrevista a profundidad. Previa y durante las entrevistas se solicitó y explicó a las participantes la importancia que tenía la sinceridad en las respuestas que daban. También, se les indicó que si alguna de las preguntas les incomodaba era necesario que lo mencionaran, para evitar que la respuesta no fuera sincera o apegada a la verdad de sus experiencias.

Cabe mencionar que adicional a las entrevistas se realizó dos encuestas,<sup>3</sup> para lo cual se utilizó la herramienta Google Forms, y a través de aplicación WhatsApp se envió el link a las 15 participantes para que llenaran y enviaran los datos solicitados. La información de las encuestas se utilizará más adelante para realizar la estrategia comunicacional.

Finalmente, esta investigación cualitativa que utilizó el estudio de caso para conocer las representaciones de género que están en las actividades e interacciones cotidianas de las 15 mujeres de Calderón y cómo estas forman parte de sus experiencias y relaciones. El estudio se basó en un acercamiento realizado a través de una metodología cualitativa, y con los aportes/reflexiones de los estudios de género y una perspectiva feminista se analizó e interpretó la información para comprender cómo esas representaciones legitiman la violencia hacia ellas, lo que nos facilita explicar el origen de las diferencias y las relaciones de poder que están ocultas en las representaciones. A continuación, se presenta el análisis y los resultados del estudio de caso.

## **5. Análisis crítico del estudio de caso**

El enfoque de género y la perspectiva feminista permitió razonar conceptualmente la problemática de la violencia hacia las mujeres. Al ser un problema complejo, también se consideró la complejidad en las representaciones de género. Es así que, se puso atención a varios elementos que las conforman y cómo organizan las relaciones y experiencias de la cada una de las 15 mujeres de Calderón.

### **5.1. Grupo de estudio:**

Cada una de las 15 mujeres de Calderón dieron su consentimiento para presentar sus experiencias y testimonios, todas las entrevistas fueron voluntarias, pero en el análisis y

---

<sup>3</sup> El diseño de la encuesta lo puede revisar en el anexo 1.

varias partes del documento (en los componentes metodológicos para el diseño de la estrategia) se protege su identidad por temas de seguridad y petición expresa de algunas de ellas. Ya que, 9 de ellas solicitaron de forma explícita que no se las nombre, las otras 6 mencionaron no tener ningún problema en que se las identifique, pero por respeto a la mayoría apoyaban el no ser citadas.

Los comentarios que expresaron las 9 mujeres para no querer que se las mencionen fueron: “Me da vergüenza que la gente sepa que pase por algo así”, “Yo sufrí violencia física por parte de mi pareja, pero no quisiera que sepan que me paso eso”, “Me da miedo que se enteren mis papis de lo que me pasó con mi novio”, “Es feo que la gente se entere del sufrimiento de una”, “Mucha gente te va a cuestionar o culpa y no quiero eso”, “Creo que es importante que la gente se entere de lo que nos pasa a las mujeres pero no necesitan saber nombres y apellidos”, “Yo no quisiera que mis hijas se enteren que pase mal con su papá”, “Mi familia no sabe todo lo que he pasado con mi esposo y prefiero que se quede así”, “La gente no te va a entender sino que te va a juzgar o a culpar y yo no quiero eso” (2020, entrevistas personales).

Vale la pena aclarar que este estudio es un primer acercamiento, con una mirada reflexiva y focalizada sobre la realidad cotidiana de cada una de las 15 mujeres de Calderón, cuyas experiencias como se verá más adelante, visibilizan la discriminación y la violencia que sufren en una parroquia con altos índices de denuncia por violencia contra la mujer o algún miembro familiar.

Cabe mencionar que en todo el análisis y en algunos componentes metodológicos los textos entre comillas responden a las voces de las 15 mujeres de Calderón, pero de forma individual.

Uno de los aspectos que caracteriza a cada una de las 15 mujeres son sus experiencias personales y laborales marcadas por la desigual, la discriminación y la violencia (en sus diferentes formas) que han sentido durante toda su vida. En sus expresiones se evidencia que, aunque ya son adultas todas sienten un control por parte de sus parejas o sus padres/sus madres en las actividades que realizan. Como se comprueba a continuación: “Mi esposo me llama al trabajo unas tres veces al día”, “Ahora con el tema del whatsapp es peor, te escriben a cada rato para saber cómo estás, pero yo sé que en realidad es para saber que estoy haciendo”, “Cuando hablo con mi mami siempre me

pregunta cómo están mis hijos, si ya les di de comer, y si es fin de semana me pregunta si ya cociné, si la lave la ropa, si ya arreglé la casa”. Y con respecto al trabajo sus testimonios son: “Claro que me he sentido discriminada por mis compañeros siempre hacen comentarios machistas y cuando esta mi jefe tratan de hacerme de menos”, “A mí en una reunión un compañero frente a mi jefe cuestionó que porque me demoro tanto en revisar los documentos, trato de hacerme quedar mal, por suerte mi jefe salió a mi favor”, “Los hombres siempre tratan de hacerte sentir menos, y es peor si tú tienes un rango mayor a ellos, eso les mata, odian eso”. También sale a la luz que hay preguntas y situaciones que a casi todas les ha tocado pasar pero que jamás les pasa a los hombres, como, por ejemplo: “Entre ellos jamás se cuestionan o reclaman algo en las reuniones o frente al jefe”, “A mí en una entrevista de trabajo me preguntaron cuántos hijos tengo, que edad tienen, y si tengo que hacer horas extras si hay quien les cuide”, “A mí una vez me preguntaron en que tiempo piensa tener hijos” (2020, entrevistas personales).

Estas experiencias visibilizan como vive cada una de las 15 mujeres en su cotidianidad la división sexual del trabajo, el ideal de mujer, las funciones sociales, las construcciones socioculturales de sus acciones, entre otros aspectos que han marcado sus vidas y sus formas de relacionarse que más adelante se desarrolla y se explica.

Todos los diálogos que se mantuvo con las 15 mujeres de forma individual y grupal y el posterior análisis fueron muy enriquecedores y valiosos para la investigación, ya que, proporcionó varias pistas por dónde dirigir los esfuerzos para aportar al cambio.

## **5.2. Resultados del análisis crítico del estudio de caso:**

A continuación, se presenta las preguntas que se realizó a las participantes, las respuestas y el análisis crítico respectivo.

### **5.2.1. División sexual del trabajo:**

En relación a la pregunta: ¿Qué limitaciones ha tenido en su vida por el hecho de ser mujer?

De las 15 participantes, 12 aceptan y reconocen que han tenido limitaciones en varias etapas de sus vidas y que estas se han dado por ser mujeres, y con el paso del tiempo por ser madres. Las 12 participantes mencionan que en algún momento de sus vidas se

sintieron discriminadas únicamente por el hecho de ser madres, no por otros motivos. Se visibiliza la doble discriminación de las que son víctimas las mujeres. En todos los casos esta situación sucedió en sus lugares de trabajo. Algunas de sus experiencias: “En una ocasión en el trabajo estaban escogiendo al personal para una capacitación, yo solicite participar y me dijeron que tal vez no pueda porque era en las tardes y como iba a hacer con mis hijos”, “En mi trabajo le ascendieron a un compañero y una compañera, los dos solteros sin hijos, yo tenía mucha más experiencia que ellos y mejor preparación académica, y mi problema me dijeron es que son puestos que requieren mucho tiempo de trabajo y en ocasiones hay que viajar”, “En mi primer trabajo me despidieron a los 3 meses después que se enterraron que estaba embarazada” (2020, entrevistas personales). Al analizar estas experiencias se ratifica que, al estar históricamente destinadas al espacio privado, su principal obligación es ser madres y cumplir con varias funciones, una de ellas cuidar y criar a sus hijas-hijos, tienen mucha responsabilidad sobre esta tarea, incluso si tienen pareja o esposo. Socialmente se cree que este espacio es el único que pueden habitar y que no necesitan aspirar a más, esta situación crea una ilusión de dificultad para salir y participar en el espacio público, ya que, existe la idea de que no pertenecen a él. Estas limitaciones evidencian la división sexual del trabajo, donde los hombres están preparados para el tema productivo mientras que las mujeres están hechas para el trabajo reproductivo. Además, se percibe que si las mujeres tratan de ocupar el espacio público son discriminadas.

En las respuestas de las 15 mujeres se identificó ideas naturalizadas, por ejemplo: que las mujeres tienen más limitaciones que los hombres, que las mujeres tienen que sacrificarse y esforzarse el doble o más que ellos para conseguir trabajos, y en el caso de tenerlos, se acepta socialmente que cuando una mujer tiene un trabajo y puede ascender, no lo conseguirá, pero no por falta de capacidades sino por el hecho de ser mujer y más por ser madre. Si bien todas las participantes trabajan fuera de la casa, reconocen que ser mujer les impide hacer muchas cosas como viajar o seguir estudiando y conseguir mejores trabajos

### **5.2.2. Ideal de mujer:**

Con relación a la pregunta: ¿Cuál es el ideal de mujer que usted espera ser?, las opciones a escoger fueron:

Gráfico 1  
**Opciones con respecto al ideal de mujer**



**Elaboración:** Propia

Cabe resaltar que, ninguna de las mujeres escogió la opción de “*Otro*”, lo que llamó la atención, además, los ideales que se presentaron encierra estereotipos. Esta situación evidencia una de las consecuencias del sistema patriarcal en la vida de las mujeres, al construir como una característica de las mujeres el deseo prioritario y la obligación de ser madres y esposas, naturalizando y normalizando roles y responsabilidades, que generan limitaciones y prácticas opresoras contra ellas.

Según la información obtenida, para 7 participantes la respuesta con mayor importancia fue: Una excelente esposa. Esto responde y visibiliza el reconocimiento a los roles y valores asociadas a las mujeres. Hay acciones fuertemente marcadas por el hecho de ser mujeres. Al convertirse en esposa se adquiere un ilimitado trabajo en la casa (espacio privado) que está obligada a cumplir y que no es reconocido como tal, por lo tanto, no tiene ninguna remuneración.

Pateman (2008, 189) señala que “El contrato de matrimonio es un contrato de trabajo, pero en un sentido muy diferente del contrato de empleo. El contrato de matrimonio es sobre el trabajo de las mujeres; el de empleo es sobre el trabajo de los varones.” Además, Pateman menciona que “El contrato de matrimonio refleja el ordenamiento patriarcal de la naturaleza, incorporado en el contrato original. La división sexual del trabajo se constituye a través del contrato de matrimonio” (165).

Otra de las respuestas fue: Una excelente madre. 13 participantes escogieron esta respuesta. Hay que decir que este deseo también responde al desplazamiento de las mujeres al espacio privado y de las funciones que implican estar ahí. Hay una aceptación al hecho de que por ser mujeres tienen que ser madres. Si cumplen con este papel serán reconocidas y valoradas socialmente. La imagen de la madre encierra varias características propias de la esencia de ser mujer, como emocionales y sentimentales. Todas las participantes tienen muy claro cuáles son sus roles y función por el hecho de ser mujeres, sobre todo con lo que

tiene que ver con el cuidado y funcionamiento de la casa. Frases como: “Ya nos toca, pues”, “De ley nos toca hacer”, “Quien más va hacer, sino no hago yo”, “No hacen bien y me toca hacer a mí”, “Porque se les quiere toca hacer” (2020, entrevistas personales), demuestran molestia y rechazo a estos roles, pero lo aceptan y no lo ven como algo impuesto sino como algo tradicional o heredado. “Los sistemas simbólicos son instrumentos de comunicación y de dominación, hacen posible el consenso lógico y moral, al mismo tiempo que contribuyen a la reproducción del orden social” (Swartz 1997, 82-83).

### **5.2.3. Características femeninas:**

A la pregunta sobre ¿Cuáles son los valores que definen lo femenino?

Los valores que más se destacan en todas las respuestas fueron: amabilidad, ser amorosa, honestidad, responsabilidad, respeto, pureza. Estas respuestas permiten evidenciar cual es el ideal de mujer en la construcción social de lo femenino. Estos valores determinan la conducta y el comportamiento que las mujeres deben tener, además, dejan claro que es lo bueno y lo deseable en las mujeres. “Mi mamá me decía, si sigues portándote así nadie te va a querer”, “A mí me decía aprende a cocinar que para conseguir un buen esposo eso es primordial”, “Una vez mi tío me dijo anda a limpiar aprende a ser mujercita”, “Un profesor del colegio a mí y a mis amigas una vez nos digo no respondan aprendan a callarse” (2020, entrevistas personales). Hay una aceptación social del control sobre las mujeres y sus actos, esto evidencia la existencia de un orden simbólico de hegemonía masculina que determina socialmente los atributos y funciones de lo femenino. Esta situación se ve afirmada por Federici (2013, 178) al mencionar que, “[...] se estableció que las mujeres eran inherentemente inferiores a los hombres –excesivamente emocionales y lujuriosas, incapaces de manejarse por sí mismas- y tenían que ser puestas bajo control masculino”. Este objetivo se logró a través del contrato original y de matrimonio. Todas las participantes reconocen que sus actos o comportamientos siempre están sujetos a cuestionamientos y control, por parte de sus parejas, esposos, padres, o familiares y si es en el trabajo por compañeros. “Cuando yo tomo una decisión mi mamá y mi papá dicen y qué dice tu esposo”, “Cuando salgo con mi hija algún lado y me encuentro con algún familiar siempre me preguntan, ¿dónde está tu esposo o a mi hija le pregunta y tu papá?”, “En una fiesta una tía me dijo ¿por qué sales sola dónde está tu esposo o novio”, “Una vez en un bar

estaba con mis compañeras de trabajo y un señor nos dijo ya vayan a sus casas ya está de noche” (2020, entrevistas personales). Estas experiencias demuestran que existe un control social por ser mujeres, y cada una de las 15 lo ha sentido.

#### **5.2.4. Construcción social de las acciones**

Con respecto a la pregunta: ¿Cree usted que el género determina las acciones que puede realizar?, ¿por qué?

3 participantes mencionan que no. Mientras, 12 participantes aceptan que el género determina sus acciones. Algunas de las razones fueron: “Sí, porque el hombre toma ciertas decisiones que la mujer no lo haría”. “Sí. Las mujeres somos delicadas, cuidadosas, en cambio los hombres son más atrevidos, no mide el peligro, son más lanzados”. “Sí, porque los hombres tienen más oportunidades y mejores trabajos”. “Sí, porque hay cosas que quiero hacer, pero no las hago porque es mal visto”. “Sí, porque a nosotras siempre nos toca estar a cargo de los hijos, somos más responsables”. (2020, entrevistas personales). La aceptación que las mujeres muestran a la diferencia en las acciones, refleja la construcción social de las actividades por el género-sexo. Una diferencia sexual que se direcciona a la división sexual del trabajo. Esta división causa desigualdad. También, se identificó el espacio al que está determinado cada género-sexo. Los hombres pertenecen al espacio público, frases como estas refuerzan lo mencionado: “Los hombres son más atrevidos”, “El hombre toma ciertas decisiones que la mujer no lo haría”, “Los hombres tienen mejores trabajos”, mientras que las mujeres permanecen en el espacio privado, “Las mujeres somos delicadas, cuidadosas, más responsables” (2020, entrevistas personales). Esta diferenciación configura y determina las relaciones de poder entre hombres y mujeres.

#### **5.2.5. Comportamientos aceptables:**

Se preguntó: ¿Qué actos son aceptables para hombres, pero no para mujeres?

Las respuestas fueron claras y naturalizadas, se afirma que las mujeres no pueden realizar las mismas acciones que los hombres. Una de las respuestas que dieron 8 participantes fue: que el acto aceptable para hombres, pero no para mujeres era “*ser libres*”. Esta respuesta implica que hay una gran diferencia en las formas de vida: los hombres tienen libertad, pero no las mujeres.



Las otras respuestas daban mayor énfasis en acciones concretas como: “*Salir a fiestas*”, “*Salir con los amigos cuando quieren, nosotras no podemos hacer eso*” (2020, entrevistas personales). Esto refuerza la idea de que los hombres pertenecen al espacio público pero las mujeres no. Si las mujeres participan en ese espacio es *malo, no es aceptable*. Ellos pueden estar en los dos espacios, pero las mujeres sólo pertenecen al privado. Se identificó así, que las acciones permitidas socialmente están vinculadas con los hombres y las acciones prohibidas rigen para las mujeres. Existe una aceptación de la división sexual como un lugar de reproducción de desigualdades históricas.

### **5.2.6. Funciones sociales:**

A la pregunta: De lo que usted ha hecho en su vida ¿qué le gustaría que su hija o hijo no haga? ¿Y por qué?

La respuesta que se repite en 13 participantes fue: “casarse”. Esta respuesta parece estar vinculada a las consecuencias que implica esa decisión, además, de las obligaciones y funciones que como mujeres casadas han tenido que cumplir. Algunas de las explicaciones para esta respuesta fueron: “Ya casada se te acaba tu libertad”, “Ya no puedes hacer lo que hacías de soltera”, “Tu vida cambia totalmente”, “Ya no puedes salir con tus amigas como antes, es más olvídate de tus amigas”, “Con el trabajo, las cosas de la casa y el cuidado de los hijos ya no tienes tiempo para nada” (2020, entrevistas personales). Se reafirma la idea de que al firmar el contrato de matrimonio a los hombres se les otorga derechos sobre las mujeres, y a pesar de las décadas de lucha de los movimientos feministas esta idea parece ser aún compartida y aceptada socialmente. Por tanto, el matrimonio parece sugerir que toda relación *oficial-legal* entre un hombre y una mujer implica que ella pasa a un estado de subordinación y de control. Al referirse a esta idea que reafirma condiciones históricas Pateman (2008, 165) expresa: “El contrato es el medio específico moderno de crear relaciones de subordinación, pero, como la subordinación civil se origina en el contrato, se la presenta como libertad”.

En cada una de las respuestas de las 15 participantes se puede evidenciar que hay una aceptación al lenguaje hegemónico masculino. Al siempre asociar a los hombres con cualidades de poder, autoridad y en oposición a la mujer y lo femenino, lo que refuerza la identidad hegemónica masculina. Esto es una muestra de la implantación durante siglos de

un *orden simbólico masculino*, que no es percibido como tal, porque se lo ha normalizado, a través de la socialización en varias instituciones (familia, sistema educativo, medios de comunicación, principalmente), lo que ha generado significados (negativos atribuidos a las mujeres) compartidos socialmente que enmascaran la dominación y la subordinación que viven las mujeres en sus vidas diarias. Para Lomas (2003, 15) “[...] la invisibilidad del orden simbólico masculino y de las identidades masculinas asociadas a (la masculinidad hegemónica y dominante vinculada a la ideología del patriarcado) constituye la herramienta más eficaz de la reproducción de las desigualdades de género en nuestras sociedades”.

Expresiones como: “Que más desigualdad que llegar a la casa y ponerte a cocinar y hacer deberes con tus hijos y el papá sentado viéndote”, “Soy la única que madruga para dejar haciendo el almuerzo a mis hijos”, “Yo voy a la tienda y el vecino siempre me pregunta qué va a cocinar hoy vecina”, “En las reuniones familiares a mi novio siempre le preguntan y cómo le va en el trabajo, a dónde va a viajar este año, a mí me preguntan cómo están tus hijos, cómo les va en la escuela, nada de mi trabajo y eso que tengo un cargo ejecutivo”, “Todo el mundo te ve como mamá o esposa nada más”, “La imagen de mamá te pesa en todo lado”, “En una ocasión me quedé trabajando hasta la noche en la oficina y mi jefe me dijo, y ¿tu esposo no se enoja porque te quedas hasta tan tarde?”, “En Navidad siempre hay más trabajo y un supervisor dijo llamarán a pedir permiso a sus esposos, novios, amantes o lo que sea no queremos tener problemas con nadie”, “En mi área de trabajo todos somos ingenieros, cuando les llaman a mis compañeros siempre les dicen ingenieros, yo soy señora, niña o me dicen por mi nombre pero nunca me llaman ingeniera” (2020, entrevistas personales). Las 15 mujeres han sido invisibilizadas, sus conocimientos y actividades son desvalorizadas, la idea de la diferencia entre hombres y mujeres les ha generado grandes obstáculos que les dificulta disfrutar de sus derechos y libertades fundamentales, como acceder a mejores puestos de trabajo y hasta no poder ascender de cargo. Esta es la realidad social que viven cada una de las 15 mujeres de Calderón, experiencias que hacen visible las relaciones de poder/desiguales que han vivido tanto en el espacio público como en el privado, en varias etapas de sus vidas, son parte de su cotidianidad, ya que están presentes en sus conversaciones y prácticas personales, familiares y laborales. Se evidencia así, algunos de los patrones machistas y discriminatorios que se reproducen en sus entornos cotidianos y con los cuales interactúan.

En las experiencias de las 15 mujeres, se visibiliza un orden simbólico marcado por la diferencia sexual y la asimetría, como, por ejemplo: superioridad / inferioridad, libertad / sujeción, permitido /prohibido, principal / secundario. En este sistema la lógica es el poder y la dominación hacia las mujeres, lo que legitima prácticas, actitudes, comportamientos y relaciones violentas. Y como lo menciona Rita Segato (2016, 167) “[...] donde hay jerarquía tiene necesariamente que ser mantenida y reproducida por métodos violentos”.

A partir de este análisis crítico se plantea los siguientes indicadores: conocimientos, actitudes, comportamientos, relaciones y prácticas socioculturales, estos guiarán y serán aplicados en la elaboración de la estrategia comunicacional. Siguiendo con la investigación, más adelante se considerará otros indicadores como: intereses, necesidades, expectativas, sentimientos y emociones de las 15 mujeres de Calderón y otras personas vinculadas al problema. La intersubjetividad y la red de relaciones que generan las representaciones de género en el grupo de mujeres permiten identificar el modo de vinculación que tienen con la problemática, también se puede conocer cuál es el ámbito de acción de todas las personas involucradas según los componentes del problema. Considerar todos estos indicadores posibilita organizar en la estrategia acciones e intervenciones que sean capaces de generar encuentros que estimulen una reflexión colectiva (entre las 15 mujeres de Calderón y las/los otros actores), trabajar en conjunto en desaprender significados sociales basados en la diferencia sexual, para desnaturalizar la subordinación que viven las mujeres del grupo, a fin de, reconfigurar sus relaciones, los vínculos, con lo cual, se propicia el cambio personal, social y conversacional anhelado.



## **Capítulo segundo**

### **Comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas**

#### **1. Comunicación estratégica Enactiva**

La sociedad es dinámica, cambiante, con fenómenos, articulaciones y relaciones sociales complejas, que necesitan ser abordadas desde nuevas perspectivas teóricas y metodológicas capaces de entender y analizar la complejidad sociocultural.

Por esta razón, desde las ciencias sociales es necesario repensar los modelos teóricos y de análisis simplistas y mecanicistas, que han manifestado serias limitaciones para entender la complejidad social. En Latinoamérica “[...] la configuración de los estudios de comunicación muestra cambios de fondo, que provienen no sólo ni principalmente de deslizamientos internos al propio campo sino de un movimiento general en las ciencias sociales” (Barbero 2002, 215). Rafael Alberto Pérez (2012, 34) menciona que “[...] en el siglo XX aparecen nuevas ramas de la ciencia que se desmarcan de la visión mecanicista y reduccionista. Parten de que la realidad es compleja y [...] puede enfrentarse a esa complejidad desde otras perspectivas”. Los fenómenos, procesos y dinámicas sociales necesitan ser analizadas desde otras miradas, que incluyan al pensamiento complejo, “Esencialmente interactivo, dinámico, no dualista y sí multidimensional [...]” (34).

Varias disciplinas sociales se han desplazado hacia nuevos enfoques que enriquecen la investigación e incorporan nuevos saberes que permiten entender las transformaciones y cambios sociales a nivel local, nacional y global presentes en la sociedad.

La comunicación es un ejemplo de estos desplazamientos, ya que, ha sido entendida y estudiada desde una concepción lineal-instrumental y funcionalista, que no ha tenido en cuenta la heterogeneidad de las/los sujetos y a todas las dimensiones que intervienen en el proceso comunicacional. “Ocurre que el saber clásico en torno a la comunicación estaba reducido a lo comunicativo y por ende se especializaba en el proceso pensándolo típicamente como una transferencia [...]. La investigación y la profesión del comunicador se ubicaban en el registro restringido de la comunicación en línea” (Massoni 2016, 135).

Por esta razón, se cuestiona los esencialismos y los reduccionismos sobre los que se sostiene la comunicación. “Estamos acostumbrados a operar una sola dimensión del fenómeno comunicacional que es la informativa, pero hay muchas otras” (Massoni 2011, 38). Es momento de pensar la comunicación como escenario social o encuentro de la diversidad sociocultural, superando los paradigmas instrumental e informacional que hacían imposible abordar su multidimensionalidad. “Se trata de repensar las formas de pensamiento y de acción comunicacional tradicionales desde una perspectiva abierta a la complejidad” (37). Es imprescindible una nueva perspectiva, que se enfoque en los procesos, las articulaciones y los flujos que dan sentido a la vida social.

La realidad social y las / los sujetos que la construyen necesitan una comunicación estratégica. Aquella que entiende y analiza las dinámicas culturales y sociales en la que está inmersa. Además, una comunicación estratégica que se preocupa por crear acciones que promueven encuentros socioculturales para generar relaciones enriquecedoras y transformadoras.

La comunicación estratégica organiza acciones desde las mediaciones (relaciones entre las / los sujetos sociales y su entorno). Por lo cual, parte del reconocimiento crítico de una situación, problema, fenómeno o una realidad que no tiene un orden, sino que es compleja y que involucra a varios sujetos (con emociones, imaginarios, expectativas, saberes y conocimientos) en su cotidianidad. Para juntos construir y trazar acciones comunicacionales que permitan los cambios deseados.

Es así que, Sandra Massoni (2019, 246), propone una nueva teoría de la comunicación a la que denomina Comunicación Estratégica Enactiva. Aquella “[...] que redefine a la comunicación como un encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que enactúa; una reconfiguración intersubjetiva, situacional, histórica, dinámica y evolutiva, micro macro social, compleja, fluida, fractálica y autoorganizada”. Este nuevo enfoque provoca una ruptura epistemológica y metodológica al replantear los objetos de estudio de las teorías clásicas de la comunicación.

Sandra Massoni<sup>4</sup> plantea esta nueva teoría de la comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas (complejidad, fluido), los que facilitan entender y considerar la

---

<sup>4</sup> Catedrática de comunicación estratégica, consultora, investigadora principal – categoría I –, de la Universidad Nacional de Rosario y docente de posgrado en el nivel doctorados y maestrías en distintas universidades de Iberoamérica. Ha realizado numerosas investigaciones y consultorías en las áreas de su

complejidad y las diversas dimensiones de la comunicación. Además, invita a sumarse a “La idea matriz del movimiento enactivo [...] es que el conocimiento es acción y no solo representación del mundo. Eso mismo es lo que hace emerger mundos con la investigación, en una espiral sin límites precisables mientras el sistema permanezca vivo o activo”. (Massoni 2016, 183), ya que, el cambio surge desde adentro.

Massoni realiza una reconceptualización de la comunicación, para entenderla como un encuentro. Por lo tanto, define a la comunicación estratégica:

[...] como espacio de encuentro de las alternativas socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico, que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al reubicar su objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido. Al hacerlo nos emplaza en una dimensión del tiempo como experiencia, nos instala en la complejidad de la construcción inter subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las emociones como un autodispositivo colectivo. Así, la comunicación estratégica se propone como una teoría de intersubjetividad no dualista que despliega la especificidad de lo comunicacional. (Massoni 2013, 16)

Entender a la comunicación como un *encuentro sociocultural*, quiere decir, un diálogo de saberes múltiples, de subjetividades, es un momento relacionante de la diversidad, con acciones y sentidos compartidos por sujetos que se transforman al comunicar.

Jesús Martín Barbero menciona que Sandra Massoni:

[...] propone cómo sacar “la comunicación” del agotado mundo de los “medios y los mensajes” para reubicarla en los mundos de la vida, la vida que entreteje la gente en los múltiples y diversos *nosotros*. Pues sólo entonces se hace posible reubicar el foco, tanto de la investigación como de la formación de los comunicadores, para asumir las complejas transformaciones que atraviesan nuestras sociedades. Ya que donde suceden los verdaderos cambios hoy no es en la *tecnología*, sino en la sociedad, o mejor en la sensibilidad (el sentir implica tanto los sentidos como los sentimientos) de la gente del común. (Jesús Martín Barbero citado en Massoni 2016, 11)

La nueva teoría de la comunicación estratégica trabaja desde las “raíces latinoamericanas del pensamiento comunicacional” (Massoni 2016, 137). Ya que, desde la

---

especialidad: estrategias de comunicación social, comunicación y desarrollo, comunicación ambiental y comunicación educativa. Trabajo con teorías y metodologías de la comunicación desde los nuevos paradigmas. Actualmente es Directora de las Carreras de Posgrado Maestría en Comunicación Estratégica y Especialización en Comunicación Ambiental en la Universidad Nacional de Rosario (UNR) de Argentina. Ha publicado 21 libros, 34 capítulos de libros y 70 artículos científicos, 34 con referato.

década de los 70's se ha cuestionado las bases y argumentos de la comunicación, con lo cual se evidenció que los modelos de comunicación importados eran totalmente ajenos y desarticulados a las realidades de nuestros países. Esto contribuyó a un despertar teórico y metodológico crítico en la toda la región. Además, se cuestiona la razón y las verdades absolutas que también fueron impuestas. Gracias a los cuestionamientos, surgen corrientes como el pospositivismo, poscolonialismo, posmodernismo, las que se encargan de visibilizar los errores y las consecuencias de aquellas imposiciones.

Si bien buena parte de estas corrientes han surgido al interior mismo de las potencias hegemónicas, no es menos cierto que muchas de ellas han encontrado adhesión en significativos sectores de la intelectualidad latinoamericana. Así mismo, con un horizonte más ayudo y más progresista en Latinoamérica se han sentado las bases epistemológicas de una gnosis fronteriza misma que constituye, desde nuestro punto de vista una vertiente anticolonial progresista que replantea los grandes mitos de la modernidad [...]. (Madrid 2007, 20)

Desde nuestros territorios se propuso pensar una comunicación al servicio del diálogo y desde una perspectiva más amplia y diversa, con la cual, se analiza sus procesos y articulaciones, además, deja ver la necesidad de crear medios alternativos que permitan a las personas expresarse con sus propios lenguajes, ideas, valores, prácticas culturales, que sean ellas las productoras de sus propios mensajes, imágenes, textos, para mostrarlos al resto del mundo.

Producir uno mismo sus productos mediáticos implica tener la oportunidad de crear las propias imágenes de sí mismo y del entorno; implica poder recodificar la propia identidad con signos y códigos elegidos por uno mismo, irrumpiendo así en la aceptación pasiva de identidades impuestas por sujetos externos; implica convertirse en el relator de la propia historia y recobrar así la voz propia; implica reconstruir el autorretrato de la comunidad y sus culturas; [...] para ponerlos en la esfera pública y ver cómo se comportan, cómo derrotan otros lenguajes, o cómo son derrotados por ellos. Lo que importa es que, por primera vez, los tímidos lenguajes propios, aquellos que se usan para lo familiar y lo privado, participan en la arena de lo público, de los lenguajes y el discurso. (Rodríguez 2009, 17)

De esta manera, las personas, las organizaciones, grupos sociales e investigadores/as han realizado un contrapeso frente al discurso y la cultura hegemónica de occidente. Se comienza a generar procesos informativos, comunicacionales y teóricos propios.



Luis Ramiro Beltrán redefinió la comunicación como un proceso dialógico y democrático, también, evidenció la importancia que la comunicación tiene para el desarrollo social en el ámbito local y regional.

Así, comienza un proceso de transformación en el pensamiento y en las concepciones de la población latinoamericana. Los nuevos planteamientos son contra hegemónicos y buscan generar otros conocimientos y discusiones sobre las preocupaciones, las miradas, los valores y el interés común de nuestros pueblos.

Se habla ya de otra comunicación, más cercana a las personas y sus realidades.

Jesús Martín Barbero (1983, 49) menciona que:

[...] Decir comunicación popular es decir básicamente el conflicto [...] el conflicto histórico a través del cual lo popular se define en cuanto movimiento de resistencia, de impugnación de la dominación estructural en nuestra sociedad. Además, [...] debe entenderse como una protesta social y política contra el individualismo, el materialismo y la alienación producidas por la sociedad occidental industrializada.

Latinoamérica se convirtió en un espacio donde se produce pensamiento crítico, que cuestiona permanentemente los argumentos hegemónicos en el campo comunicacional, además, se generan escritos científicos, literarios, se crea arte, se inventa, se innova. También, cuenta con científicas/os sociales especializadas/os en propiciar cambios sociales.

La comunicación se vuelve un lugar decisivo para las transformaciones socioculturales.

La invitación de la metaperspectiva de comunicación estratégica es abordar la comunicación social como un proceso fluido y vivo, entre seres que están siendo al comunicar. Desde los nuevos paradigmas, la comunicación ya no se piensa en torno a las significaciones transmitidas, ni principalmente como información, sino como encuentro sociocultural. Una tensión que emerge de la situación, a medio camino entre lo individual y lo colectivo, y que por lo tanto merece ser considerada y abordada comunicacionalmente. Es decir, como otro recorte diferente de las disciplinas clásicas, en otro dominio y con una relación intersubjetiva. No como sujetos. No como sociedad. Sino como un lugar común, vivo, habitado en las múltiples trayectorias de los grupos y sectores que comparten un territorio. (Massoni 2016, 95)

Por todo esto, Sandra Massoni entiende a la comunicación como un momento relacionante, como encuentro de la diversidad y a la vez como espacio para transformar a las personas y sus territorios.

La comunicación durante muchos años fue identificada únicamente con los medios masivos y con una sólo dimensión (la informativa), este reduccionismo no permitía abordar su multidimensionalidad, por este motivo, “Los paradigmas clásicos de las ciencias de la comunicación han entrado en crisis, entre otras causas, porque su visión instrumental ha impedido ver la riqueza y complejidad del proceso comunicativo” (159). Además, mantienen un pensamiento cartesiano, con el cual se realiza investigaciones, y que al hacerlo se utiliza sólo una dimensión de la comunicación, *lo que resulta insuficiente para abordar las relaciones intersubjetivas, las trayectorias, en los encuentros socioculturales.*

Edgar Morin (1994, 422) explica que:

[...] no hay que establecer separaciones absolutas. Aprendimos muy bien a separar. Apartamos un objeto de su entorno, aislamos un objeto con respecto al observador que observa. Nuestro pensamiento es disyuntivo y, además, reductor: buscamos la explicación de un todo a través de la constitución de sus partes. Queremos eliminar el problema de la complejidad.

Por esta razón, es necesario el cambio de perspectiva en el estudio de los fenómenos y problemas sociales, ya que, como dice Morin (2008, 54) “Hace falta ver la complejidad allí donde ella parece estar, por lo general, ausente, como, por ejemplo, en la vida cotidiana”. Es ahí, donde se tejen las relaciones, y son ellas las que requieren ser abordadas en sus diferentes dimensiones y dinámicas. La complejidad permite investigar y comprender cómo varios elementos se articulan en un todo. “Actualmente hablamos de Comunicación Estratégica como un enfoque ocupado en considerar esa complejidad, esa multidimensionalidad de lo comunicacional y en establecer y operar un despliegue teórico y operativo desde sus aportes y sus especificidades” (Massoni 2016, 42).

La investigación en comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas permite conectar áreas del conocimiento que históricamente han sido separadas, con lo cual, se deja de lado el pensamiento lineal y reduccionista.

Hay que desarrollar un pensamiento complejo, que como menciona Morin (1994, 421):

[...] un pensamiento donde estará siempre presente la dificultad. En el fondo, quisiéramos evitar la complejidad, nos gustaría tener ideas simples, leyes simples, fórmulas simples, para comprender y explicar lo que ocurre alrededor nuestro y en nosotros. Pero como estas

fórmulas simples y esas leyes simples son cada vez más insuficientes, estamos confrontados al desafío de la complejidad. [...] Esta es la primera complejidad; nada está realmente aislado en el Universo y todo está en relación.

El pensamiento complejo permite ver a las personas y los fenómenos sociales/comunicacionales como sistemas, “[...] que es un todo constituido de elementos diferentes ensamblados y articulados” (425). Por esto, se puede considerar a los fenómenos y a las personas como una red de relaciones, lo que propicia investigar el *cómo* los elementos se articulan en un todo.

Con estos aportes y desde la comunicación estratégica se plantea otra forma de pensar y hacer investigación. “[...] la comunicación es un proceso multidimensional y fluido que requiere considerar esta complejidad a la hora de diseñar estrategias sin desentenderse de los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad y los sujetos” (Massoni 2013, 18).

Las estratégicas de comunicación son dispositivos de investigación enactiva (el conocimiento es acción). “Trabajamos con estrategias de comunicación como dispositivos de inteligibilidad y a la vez de interpelación de lo real en dimensiones múltiples” (Massoni 2013, 17). Se entiende a los dispositivos como “[...] artificios cuya configuración habilita la visibilidad de algo que no pre existe, sino que emerge con el dispositivo mismo” (17). Estos dispositivos permiten identificar actores, emociones, trayectorias, acciones compartidas y conocer el territorio o la situación que se desea transformar.

La investigación enactiva cree en el encuentro de la diversidad, entiende el conocimiento como acción. Además, permite ver a los territorios como lugares vivos y fluidos, también, posibilita identificar a todas las personas involucradas en torno a la problemática situada, conocer el territorio, las acciones y sentidos compartidos, las sensibilidades que fluyen en el entorno, fomenta el encuentro sociocultural, ya que, el cambio florece desde dentro. Massoni (16) menciona que, “La investigación en comunicación estratégica habilita, inquiere, busca la enacción de otras modalidades de encuentro a partir de la constitución de un cambio social conversacional [...]”.

La estrategia de comunicación es a la vez un:

Dispositivo de diseño para interpelar la dinámica social operando crítica y valorativamente en su dimensión comunicacional.

Como metodología de investigación enactiva es un dispositivo de inteligibilidad de las racionalidades comunicacionales dominantes en la situación y a la vez de propuesta operativa de diferentes recursos para propiciar el despliegue de otras dimensiones de la comunicación en la situación que se investiga (100).

La teoría de la comunicación estratégica propone una metodología específica para realizar la investigación enactiva, la cual provee de nuevas herramientas y técnicas de análisis que facilitan ahondar y conseguir la mayor cantidad de información y datos (entendidos como sistemas complejos), para diseñar la estrategia comunicacional más adecuada para trabajar con las/los actores sociales en las situaciones identificadas. Los componentes metodológicos que propone la profesora Sandra Massoni (2013, 25) son:

Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC): Es una técnica de planificación estratégica con la que se obtiene una definición concertada entre los especialistas de diferentes áreas del conocimiento participantes del proyecto o área para el que se diseña la estrategia comunicacional.

Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional: El reconocimiento de cuál es la conceptualización del entorno dominante en la situación y a la vez, la posibilidad de operar otras racionalidades comunicacionales a partir de recursos propios de otras dimensiones de la comunicación.

Reconocimiento y jerarquización de los actores: En toda situación existen actores con mayor o menor relevancia que se vinculan de manera específica con los diferentes componentes del problema.

Caracterización de Matrices socioculturales en torno al problema: esquema que describe los rasgos principales de la lógica de funcionamiento de un grupo o sector social.

Árbol de soluciones: Se enlista y sistematiza acciones y productos comunicacionales que aportan en la dirección buscada en el despliegue de la estrategia.

Investigación de campo: Matriz de datos para caracterizar las lógicas de funcionamiento.

Diseño de Plan Operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional: Se despliegan acciones productos y espacios de comunicación que favorecen los procesos de comunicación priorizados en cada matriz sociocultural.

Esta metodología de comunicación estratégica permite identificar emociones, trayectorias, percepciones, interactividad, vínculos con el problema o situación identificada, acciones y sentidos compartidos, también, valora la participación de las/los otros diversos, como personas del cambio individual y social. Con este proceso colectivo de cognición se puede saber cómo convocar a las otras personas para el encuentro. Además, sirve para proponer y crear alternativas novedosas e innovadoras para la resolución de los problemas identificados, con el fin de lograr las transformaciones deseadas y posibles.

En definitiva, la teoría de la comunicación estratégica desde los nuevos paradigmas (complejidad y fluido) satisface nuevas necesidades analíticas y operacionales a partir de

una perspectiva comunicacional, que facilita entender y considerar la complejidad y la multidimensionalidad de la comunicación, esto permite realizar estrategias (investigaciones enactivas) con otro enfoque, el que ve a las personas y sus territorios como lugares vivos, fluidos (en una lógica de cambio), además, fomenta el encuentro, porque se reconoce la importancia que tiene la participación enactiva, los saberes y las acciones con las personas en todo el proceso.

Todo esto es posible gracias a un trabajo transdisciplinario y multiparadigmático (flexible y amplio), lo que implica integrar varios saberes, conceptos, que ayudan a los y las comunicadoras a acercarse y comprender en su complejidad, a las personas, sus intersubjetividades, sus territorios. Esto permite establecer el modo de motivar los encuentros socioculturales, también, orienta las acciones para que surja el cambio.

Para lograr esto, el trabajo de los y las comunicadoras sociales también necesita un cambio de perspectiva. Se debe superar las teorías clásicas de la comunicación con su visión instrumental y lineal. Las estrategias, investigaciones y metodologías tradicionales no resuelven, ni transforman a las personas y sus realidades.

Por esta razón, es necesario considerar a la metaperspectiva de la comunicación estratégica, porque ayuda a repensar las formas de pensamiento y la acción comunicacional. Además, facilita entender y analizar las acciones y sentidos compartidos/emergentes.

Ahora, las comunicadoras/es necesitan enfocarse en estudiar los hechos sociales desde una perspectiva específicamente comunicacional. Ya no se centran en la emisión sino en propiciar articulaciones y encuentros entre personas diversas.

Se trata de explorar un mundo no escindido de quien habla y de reconocer a la vez la complejidad y la fractalidad de lo social. Se trata de indagar las modalidades de construcción de lo social sobre las diferencias, no negándolas. Se trata de volver a confiar en la experiencia sensorial en un registro comunicacional aprendiendo a convivir en la contradicción y en la diversidad aún en la investigación científica. (Massoni 2016, 183)

El trabajo y las habilidades de las comunicadoras/es se desplazan hacia la multidimensionalidad, complejidad y lo fluido de la comunicación. Deben considerar todas sus dimensiones, ya que, en cada una de ellas se opera el encuentro sociocultural de distintas maneras, esto implica relaciones, vinculaciones, emociones y trayectorias múltiples.

Dimensión informativa: Proceso comunicacional elaborado en el registro de cómo opera el dato. Aporta a la transferencia. Dimensión interaccional: Proceso comunicacional de interacción con otros. Aporta a la apropiación, al empoderamiento. Dimensión ideológica: Proceso comunicacional que aporta a la motivación. “Darse cuenta”. Dimensión comunicacional: Acciones y sentidos compartidos con otros. Pone en marcha transformaciones en torno a problemas situados. Incluye a la sensibilización, a la información, a la participación y a otros procesos comunicacionales. (Massoni 2013, 178)

Las nuevas tareas de las comunicadoras/es estratégicas/os son: desarrollar una mirada comunicacional (que identifica acciones y sentidos compartidos), estar siempre abiertas/os a la heterogeneidad del mundo, respetar y articular la diversidad, explorar las diferentes modalidades de vínculo intersubjetivo en cada situación, ver a las personas, organizaciones y grupos como sistemas vivos, activos y complejos, impulsar, organizar, favorecer los encuentros socioculturales (porque ahí hay unas maneras de ser y de estar en el mundo), es donde las cosas ocurren y cambian, y donde las personas están en conversación. Son las nuevas especialistas en el cambio social conversacional.

Se entiende que los nuevos conocimientos, pensamientos, acciones y la experiencia de los y las comunicadoras estratégicas “[...] no se centra en saber *qué* decir sino en *cómo* aportar a que emerjan futuras realidades compartidas” (Massoni 2011, 34). Además, *deben ejercitarse en pensar y actuar para favorecer otros vínculos, otros modos de encuentro y dinámicas que permitan el cambio en dimensiones múltiples.*

La sociedad actual requiere comunicadoras/es con nuevas capacidades analíticas y operativas, las que les permiten identificar que está obstaculizando el cambio deseado. Con el uso de la nueva metodología, sus técnicas y herramientas se abordan otros dominios del sentido, aquellos que aparece como una trayectoria, un linaje de acciones y saberes compartidos que configuran los mundos, maneras de estar y ser de los grupos o sectores sociales. Con lo cual, se puede saber *cómo* propiciar las transformaciones deseadas.

El pensamiento de Sandra Massoni permite ampliar la mirada, demuestra la importancia que tiene considerar otras perspectivas, ya que, nutren las teorías, las metodologías y las prácticas profesionales y sociales, con lo cual, se facilita adentrarse en las problemáticas sociales.

“La irrupción de la crítica feminista en las Ciencias Sociales y Humanas ha provocado cambios fundamentales en los modos de hacer y concebir la investigación

social, generando rupturas teóricas y metodológicas claves” (Casado 2007,7). La interdisciplinariedad y el enfoque multiparadigmático que la profesora Sandra Massoni impulsa el conocimiento, además, permite que el trabajo en conjunto aumente y mejore las posibilidades de cambio y desarrollo social, encaminados al goce de los derechos fundamentales. “El trabajo de diseñar una estrategia de comunicación es un proyecto de investigación enactiva que no puede quedar reducido a una sola mirada disciplinar en tanto requiere considerar las miradas de múltiples campos del conocimiento científico para lograr interpretar la complejidad de la realidad” (Massoni 2013, 26).

La lucha social y política de varios movimientos y organizaciones de mujeres para visibilizar la situación de discriminación y desigualdad en el que viven miles de mujeres alrededor del mundo y en el Ecuador, se vincula directamente con la comunicación, ya que, es el espacio y el momento donde se interactúa, donde la mediación se vuelve fundamental, además, del uso social y estratégico que tiene la comunicación para aportar a la lucha y generar cambios individuales y sociales.

Gracias a la lucha de las mujeres durante siglos se ha logrado demostrar el sistema de dominación y de violencia en el que viven, la práctica política, las teorías feministas y los estudios de género han aportado inmensamente para lograr este fin. Es así que, en la “Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing en septiembre de 1995 se plantea por primera vez en un foro internacional de tal envergadura la importancia de la comunicación como arma fundamental para el desarrollo y el empoderamiento de las mujeres [...]” (Boix 2001, 27). Ya que se entiende que la comunicación es un derecho y a la vez una “herramienta que aporta para el ejercicio de otros derechos” (López 2016, 98).

La teoría de la comunicación estratégica que propone Massoni no pierde de vista los procesos, los vínculos, las relaciones intersubjetivas, las dinámicas socioculturales y políticas, lo que facilita crear estrategias comunicacionales flexibles, atentas a las situaciones identificadas, para trabajar colectivamente (con las y los actores influyentes) y planificar, organizar acciones, procesos, espacios y medios a utilizar, que generen cambios en las personas y en sus entornos/territorios.

Esta nueva forma de concebir a la comunicación sumado a los aportes conceptuales de las teorías feministas se vuelven una herramienta decisiva *para las transformaciones socioculturales*.

## **2. Diseño de la propuesta estrategia comunicacional para sensibilizar a un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón sobre la violencia de género**

La sociedad ecuatoriana responde a un sistema patriarcal, que oculta las estructuras de dominación, explotación y de poder en el que viven las mujeres, lo que legitima la violencia (en todas sus formas) hacia ellas.

Es de vital importancia abordar esta problemática desde la comunicación estratégica enactiva, para reflexionar entorno a lo comunicacional (varias dimensiones) los procesos, vínculos, prácticas y relaciones intersubjetivas, con lo cual, se podrá ir generando nuevos puntos de encuentro entre los diversos actores, en donde trabajar colectivamente para propiciar el cambio sociocultural y comunicacional deseado. Por esta razón, se planteó elaborar una propuesta de estrategia comunicacional para sensibilizar a un grupo de mujeres de la parroquia de Calderón sobre la violencia de género. Porque se necesita *ponen en común la situación de dominación, subordinación y violencia que viven las mujeres de Calderón en su cotidianidad, lo cual afecta gravemente su bienestar y su salud.*

La estrategia (investigación) facilitará entender e identificar las causas (estructurales), componentes, diversidad de actores y configuraciones socioculturales que están presentes en esta problemática social, lo cual permitirá planificar y gestionar las acciones comunicacionales que ayuden a cambiar la percepción del significado social de la diferencia sexual, para construir nuevas representaciones basadas en la igualdad, lo que contribuirá a desmontar patrones machistas y discriminatorios contra las mujeres..

Los componentes metodológicos<sup>5</sup> que se utilizan son los propuestos por la profesora Sandra Massoni: Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC), análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional, reconocimiento y jerarquización de los actores, caracterización de matrices socioculturales en torno al problema (permite agrupar a las/los actores sociales según su modo de vincularse con la problemática), investigación de campo, árbol de soluciones y diseño de Plan Operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional. Todos estos componentes están interrelacionados,

---

<sup>5</sup> Cabe mencionar que, en algunos componentes metodológicos se visibilizan las voces de las 15 mujeres de Calderón, sus testimonios y opiniones individuales se verán entre comillas, pero no constarán sus nombres, esto como ya se expuso antes, responde principalmente a un tema de seguridad y a una decisión grupal.



cada uno es el complemento del otro, se enriquecen mutuamente y se ajustan de modo constante en cada etapa.

Con los hallazgos obtenidos del estudio de caso y la información del trabajo de campo, se sistematizó toda la información y los datos, posteriormente se realizó un proceso de valoración, con lo cual, se identificó algunos indicadores que están presentes en varias matrices y que también serán aplicados en la elaboración del plan operativo inicial de la estrategia.

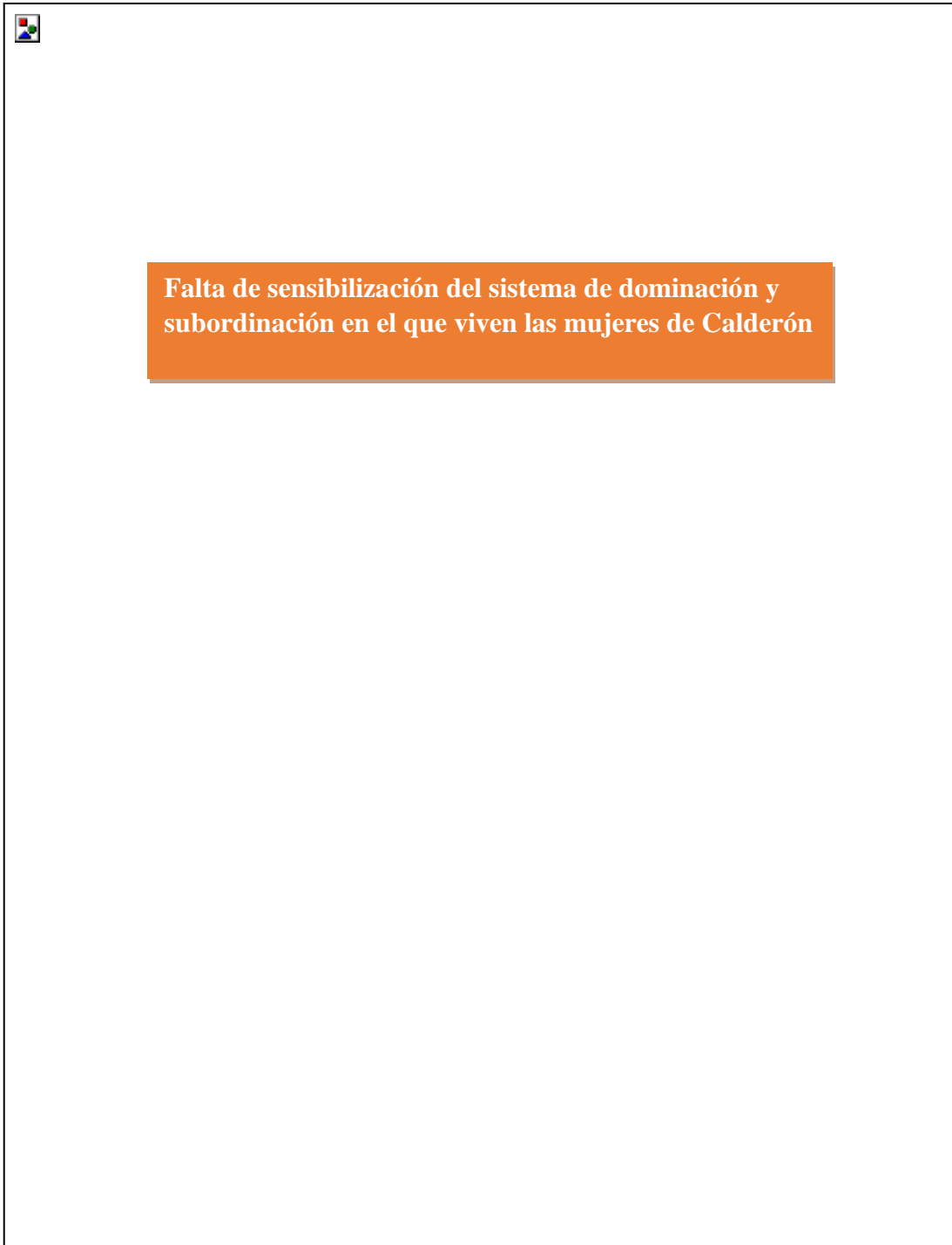
A continuación, se presenta el trabajo realizado.

## **2.1. Versión técnica comunicacional (VTC) – Definición del problema**

La Versión Técnica Comunicacional es una técnica que facilita definir el problema comunicacional (que se entiende como aquello que obstaculizando el cambio) sobre la violencia de género. Está compuesto por aspectos, sub-aspectos y niveles como son: “Causas básicas: Aspectos estructurales que causan la situación problemática. Causas próximas: Aspectos colindantes que causan la situación [...]. Componentes: Aspectos diferenciados en la multidimensionalidad que causan la situación [...]. Síntomas: Efectos del problema. Consecuencias: Derivaciones analíticas del problema” (Massoni 2013, 29). En la VTC se desglosa el problema comunicacional en su complejidad, con lo cual se reconoce varios elementos que dificultan el cambio deseable y posible. De esta manera, el problema, sus componentes, sus causas y los síntomas visibilizan los impedimentos sobre los que hay que actuar más adelante en el Árbol de soluciones de la estrategia.

Teniendo en cuenta el análisis de las experiencias del grupo de mujeres de Calderón y en diálogo con ellas se realizó la siguiente VTC basado en el esquema que propone Sandra Massoni.

Gráfico 2  
Versión técnica del problema



**Elaboración:** Propia

El problema comunicacional que se definió colectivamente es: *Falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres de Calderón*. Las causas dejan ver que el problema tiene un origen estructural, ya que tiene todo un sistema basado en la diferencia sexual y el poder, que utiliza varios mecanismos para ocultar las relaciones desiguales y normalizar la violencia de género. Las 15 mujeres de Calderón mencionan que nunca les han hablado sobre el tema de la dominación masculina, ni en la escuela, ni en el colegio, peor en la casa, “Estos temas deberían enseñarnos en el colegio o la universidad”, “Nadie habla del tema de la violencia hacia nosotras”, “Yo creo que es un gran tabú en las familias y en la sociedad”, “Yo recuerdo que en el gobierno del Correa hubo una campaña sobre el tema de la violencia, pero de ahí nunca más he visto que hagan algo al respecto” (2020, entrevistas personales). Entendiendo esto, se reconoce cuatro componentes que tiene el problema y que están interrelacionados, estos son: sociocultural, comunicacional, educativo y familiar, más adelante, estos elementos permiten identificar a las/los actores más importantes e influyentes que se vinculan de manera específica con ellos. La VTC permitió hacer un primer análisis comunicacional sobre la violencia de género, también, será la guía para planificar las acciones y los procesos comunicacionales que hay que considerar para lograr los cambios deseados.

### **2.1.1. Versión técnica comunicacional detallada / Niveles del problema por componente de la VTC**

Esta técnica permite mostrar y entender ampliamente el problema comunicacional de la *“Falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres de Calderón”*. Una vez que ya se identificó los componentes relevantes como son: socioculturales, comunicacionales, educativos y familiares en la VTC, fue necesario desglosar a detalle los aspectos y sub-aspectos de estos componentes y sus niveles, como son las causas, síntomas y consecuencias que los conforman.

En diálogo con las mujeres y basadas en sus experiencias: “Siempre nos han enseñado a ser delicadas, educadas, a no responder al papá y luego a tu esposo”, “En los medios de comunicación siempre ves a mujeres súper guapas y delgadas, “En las novelas y

en la publicidad siempre ves a las mujeres en la casa y como mamás”, “Te dicen que tienes que ser la mujer y esposa perfecta, sino has fracasado en la vida”, “En mi trabajo a mí y a mis compañeras siempre nos dicen ya vayan rápido a la casa”, “Siempre las mujeres tenemos que ser las tranquilas sino te dicen que eres loca” (2020, entrevistas personales), por todo esto consideran que las causas que las ha llevado a no conocer del sistema dominante en el que viven son: una ideología, una familia, un sistema de comunicación y educativo patriarcal, todo un sistema que oculta las estructuras de dominación y poder en el que viven, que se expresa o se evidencia en las desigualdades que sienten a diario en el espacio público y privado.

Algunos de los síntomas que se identificó: la existencia de estereotipos de género, publicidad sexista, reproducción de discursos machistas en los medios de comunicación, que en las escuelas, colegios y universidades no se habla del género, por lo cual no existe material didáctico, que las/los docentes no están capacitados en temas de igualdad de género y que en la familia se reproduzca roles de género.

Las consecuencias de experimentar la desigualdad en sus vidas: han mantenido relaciones de poder (personales, laborales y familiares), que han vivido situaciones de violencia que han sido invisibilizadas como: acoso, insultos, en algunos casos sexual y maltrato físico, estos se han dado tanto en el espacio privado como en el público.

Al dialogar sobre las diferentes formas de violencia que ellas han experimentado se les facilitó entender las relaciones de poder que existen en su cotidianidad, en sus relaciones personales y laborales y cómo esta violencia les ha generado opresión, y prácticas discriminatorias.

En el anexo 4 se puede observar las VTC detalladas por cada componente. El diseño está basado en el formato que propone la profesora Sandra Massoni en su libro Metodologías de la comunicación estratégica.

## **2.2. Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional**

La profesora Sandra Massoni menciona que en cualquier encuentro sociocultural existen ciertas trayectorias comunicacionales dominantes, que son importantes identificar y analizar. Para lo cual, la propuesta metodológica de Massoni propone la técnica de análisis

y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional, que sirve para “[...] atender a las diferentes modalidades del encuentro sociocultural en una operación de doble registro: el reconocimiento de las racionalidades comunicacionales dominantes en una situación y el diseño de estrategias como dispositivos de interpelación de la situación a partir de incorporar otros recursos de otras dimensiones de la comunicación [...]” (Massoni 2013, 63). Esto permite entender cómo está funcionando la racionalidad dominante en la situación identificada, además, cómo se está comunicando, también, visibiliza que dimensiones de la comunicación se necesita incorporar en la estrategia comunicacional.

En la investigación se aplicó esta técnica y se pudo observar en el grupo de estudio el significado social de la diferencia sexual, un ejemplo de esto es la imagen de las mujeres como exclusivamente madres y esposas, lo que las ubica en el espacio privado, siempre están en posición de dependencia con respecto a los hombres, las cualidades que las definen están relacionadas con aspectos negativos como: inferioridad, debilidad, subordinación, sacrificio, amor y cuidado hacia los demás, mientras la imagen del hombre y lo masculino se relaciona siempre con superioridad y autoridad. Es así que, se pudo reconocer las siguientes racionalidades comunicacionales dominantes y las lógicas de funcionamiento que operan en las representaciones de género con las que interactúan las 15 mujeres de Calderón.

Linealidad: en las representaciones de género se observa en la transmisión unidireccional de un conjunto de normas y valores desiguales, que ajustan los comportamientos, funciones, actividades y crean jerarquías entre hombres y mujeres. Ideas que refuerzan la desigualdad y discriminación de las mujeres.

Las huellas observables de verticalidad: en las representaciones se constatan en la existencia de un orden jerárquico masculino que organiza los espacios, las prácticas y relaciones socioculturales. Lo cual, instaura como naturales ciertos comportamientos, hábitos y valores que se consideran propios de las mujeres o lo femenino y que las hace inherentemente inferiores a los hombres. Con la reproducción de estas representaciones se legitima y defiende la supremacía de lo masculino en la sociedad.

Con respecto a la operatividad: el sistema necesita reproducirse para mantenerse, por esta razón, cuenta con varias instituciones sociales (familia, sistema educativo, medios de comunicación, entre otros) que les ayudan en este fin. En la sociedad se reproduce un

régimen de normas y valores que ponen en desventaja a las mujeres. La reproducción de este régimen construye un sentido común que acepta y justifica socioculturalmente la discriminación y violencia hacia las mujeres.

Segmentación: es visible en la simbolización de la diferencia sexual. Lo que establece lo esencial para cada género-sexo basado en una oposición binaria. Esta diferencia forma parte del entramado de la subordinación de las mujeres.

El análisis de las marcas de racionalidad comunicacional permite determinar que las representaciones de género establecen una modalidad de encuentro jerarquizado, desigual, donde las mujeres se ven sometidas al poder y dominación masculina. Se identifica todo un sistema comunicacional patriarcal que construye y reproduce la diferencia sexual. Que refuerza la presunción de superioridad de los hombres y la inferioridad de las mujeres, lo que posibilita y legitima la violencia. Las configuraciones socioculturales y las trayectorias comunicacionales presentes en las representaciones están en función de mantener el orden social patriarcal.

Frente a esto, la comunicación estratégica plantea la importancia de considerar otras marcas de racionalidad comunicacional como: “heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articuladora de la diversidad [...], intersubjetividad” (Massoni 2013, 65), las que permiten crear nuevas lógicas de encuentro basadas en la igualdad, libertad y el respeto a los derechos humanos, lo que facilita reconfigurar los vínculos y las relaciones en el grupo de mujeres y en las/los otros actores vinculados con la problemática.

En el diseño de la propuesta de estratégica comunicacional se va a implementar las marcas de racionalidad comunicacional que la profesora Sandra Massoni plantea, con un énfasis especial en la dimensión del encuentro sociocultural, ya que, se entiende que la interacción con las/los otros actores (relevantes e influyentes) y el diálogo de saberes hacen surgir el cambio y también crea nuevas acciones y sentidos compartidos, lo que ayudará a sensibilizar, prevenir y eliminar la violencia contra las mujeres en un corto, mediana y largo plazo. Puesto que como dice Joan Wallach Scott (1996, 23) “[...] Los cambios en la organización de las relaciones sociales corresponden siempre a cambios en las representaciones del poder [...]”. Y esto se logrará con el trabajo, acciones y compromiso colectivo en varios frentes, para que dé a poco se vaya cambiando el orden simbólico

masculino e intentando conquistar espacios de los que las mujeres han sido excluidas y derechos que les han quitado o nunca han disfrutado.

### **2.3. Reconocimiento de actores por componente del problema en la VTC**

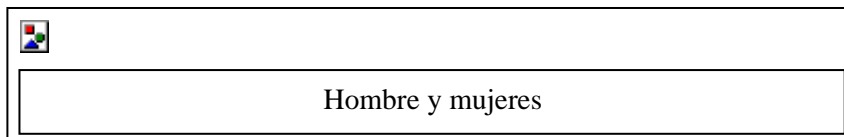
El diseño de la estrategia comunicacional necesita identificar a todos/as las personas vinculadas de forma específica con el problema, y con el despliegue de la VTC se pudo reconocerlas en su diversidad, para más adelante jerarquizarlos. Sandra Massoni (2007, 55) menciona que: “Los actores socioculturales son “los otros” con los que necesitamos interactuar en el entorno de la Estrategia Comunicacional: los actores no son nunca estandarizados ni permanentes ni previos a la VTC, sino que son reconocidos como relevantes para cada aspecto del problema [...]. No son simples receptores”.

Los componentes: socioculturales, comunicacionales, educativos y familiares que se identificaron en la VTC, facilitaron a las mujeres identificar de forma más precisa a todas/os los actores vinculados, ya que, cada componente tiene sus propios actores y entre ellos se interrelacionan, evidenciando así la complejidad de la problemática identificada. Cuando se les consultó a las 15 mujeres: ¿Quiénes creen que reproducen más la violencia? y para hablar sobre violencia de género, ¿quiénes creen que serían las personas más indicadas? Algunas de sus respuestas fueron: “Primero en la familia las madres y los padres, luego en lo educativo porque ahí también se enseñan y aprenden formas de convivencia, los profesores tienen mucho que ver en ello y en lo comunicacional son los medios los que muestran y hablan de violencia, pero en general, los comunicadores y periodistas son los que reproducen el machismo”. Otras respuestas: “En la casa es donde se enseñan las primeras costumbres”, “Nosotras como madres les enseñamos los valores, las costumbres a nuestros hijos”, “En la escuela también se les enseña valores sociales”, “Nosotros los adultos somos los que reproducimos la violencia y el maltrato a las personas”, “En los medios pasan programas que son muy violentos”, “En las noticias siempre hay crónica roja”, “Los profesores también son machistas”, “La profesora de mi hija tiene mucha influencia en ella, siempre dice mi profesora dice tal o cual cosa” (2020, entrevistas personales). Estas experiencias ayudaron a definir a las/los actores vinculados y relevantes con los que hay que trabajar conjuntamente.

El reconocimiento y posterior acercamiento e interacción con estos actores permiten conocer la modalidad de los vínculos existentes que la estrategia debe considerar para reconfigurarlos y así conseguir los cambios deseables y posibles.

En los siguientes gráficos se puede observar el reconocimiento de varios actores que están vinculados al problema. Los gráficos se realizaron en base al esquema que propone Sandra Massoni.

Gráfico 3  
**Actores relevantes reconocidos en el Componente Sociocultural**



**Elaboración:** Propia

Como parte de la sociedad hombres y mujeres son actores relevantes, en este caso las mujeres de Calderón y los hombres con los cuales interactúan en su cotidianidad, como, por ejemplo: sus esposos, parejas o padres.

Gráfico 4  
**Actores relevantes reconocidos en el Componente Comunicacional**



**Elaboración:** Propia

Cabe aclarar que, en el componente comunicacional se considera a los medios de comunicación como institución de producción y reproducción del sistema, por lo cual se reconoce únicamente a actores vinculados a este sector. Si bien se entiende que padres, madres, abuelos/as y profesores/as tienen una importancia en el proceso comunicacional no los repetiremos en este componente.

Gráfico 5  
**Actores relevantes reconocidos en el Componente Educativo**

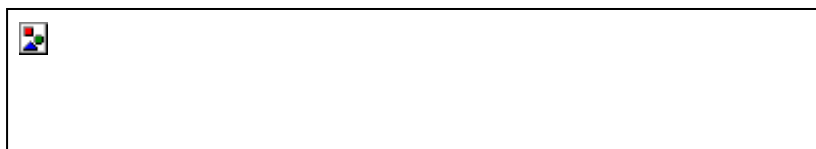


**Elaboración:** Propia



En este componente se considera a la educación en su aspecto formal, por lo cual se reconoce únicamente a actores vinculados a este sector. Si bien se entiende que los padres, madres, abuelos/as y otros miembros de la sociedad también educan, lo hacen en un aspecto informal. Por esta razón, no se los incluye en este componente.

Gráfico 6  
**Actores relevantes reconocidos en el Componente Familiar**



**Elaboración:** Propia

En este componente se reconoce a otros actores, como parte de las familias de las mujeres del grupo de estudio, ya que, 4 de ellas viven con sus padres y madres, 6 viven cerca de ellos y 5 son visitadas con mucha frecuencia por ellos. Esta situación hace que los abuelos y las abuelas formen parte de la vida de sus hijos/hijas y consideran que varias cosas que les enseñan son machistas. “Varias veces le he escuchado a mi mamá decirle a mi hija, ya mijita aprenderá a cocinar sino como vas a hacer cuando te cases”, “A mi hijo de dicen cosas como, mijito buscarás una buena mujer, una hascendosita”.

Después de esto proceso de reconocimiento de la diversidad de actores “[...] visualizando la mayor cantidad de ellos por nivel y por aspecto del problema” (Massoni 2013, 80), es preciso continuar con el siguiente paso, que es su jerarquización, esto dejar ver, quienes tienen mayor o menor relevancia e influencia en la falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en que viven las mujeres, lo que posibilita trabajar con ellos/ellas y planificar las acciones y los espacios de comunicación que aportan a las transformaciones deseadas y posibles.

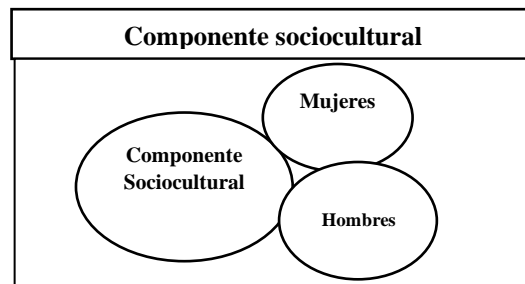
### **2.3.1. Jerarquización de actores por componente del problema en la VTC**

Al utilizar la metodología de la teoría de la comunicación estratégica se amplía la mirada, se puede abordar la situación identificada de forma multidimensional, compleja y fluida, ya que, las técnicas y herramientas muestran las vinculaciones específicas que surgen en los encuentros socioculturales. La jerarquización de las/los actores

involucrados permite enfocarse en las personas claves para trabajar en conjunto y conseguir las transformaciones deseadas. Massoni ha diseñado un diagrama<sup>6</sup> que es de gran utilidad, además, plantea las siguientes pautas para desarrollarlo y así poder diseñar la estrategia comunicacional con base en la complejidad de lo social.

Junto con las mujeres se realizó 4 diagramas que responde a los componentes: sociocultural, comunicacional, educativo y familiar definidos en la VTC.

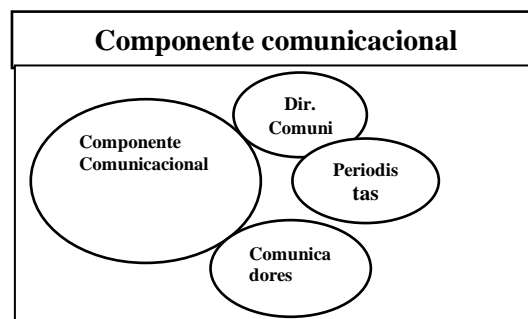
**Gráfico 7**



**Elaboración:** Propia

Hombres y mujeres son importantes e influyentes en este componente, entre ellos se relacionan, ya que, en sus relaciones e interacciones cotidianas mantienen y reproducen la desigualdad en las actividades personales y laborales, por ejemplo: discriminar a las mujeres por el hecho de ser madres.

**Gráfico 8**

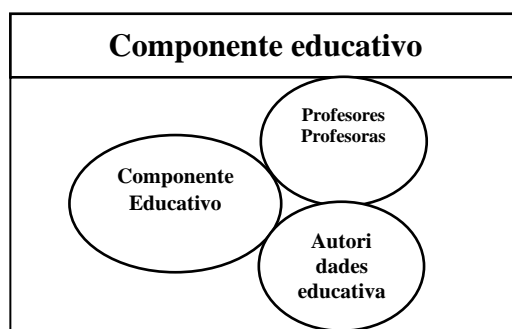


**Elaboración:** Propia

<sup>6</sup> A. En el círculo central ubicar al aspecto analizado. B. Ubicar el/los actores más importantes o influyentes en los círculos más grandes. C. Ubicar el/los actores de menor importancia/influencia en los círculos más pequeños. D. Ubicar el resto de los actores reconocidos en los círculos medianos. E. Colocar los círculos más grandes (actores más importantes) cerca del aspecto analizado y los círculos pequeños más alejados. F. Colocar los actores que se relacionan entre sí (cooperan, comparten información) juntos y aquellos sin relación aislados. (Massoni 2013, 80).

En este componente se considera únicamente a personas vinculadas a medios de comunicación como productores y reproductores del sistema patriarcal. Las/los comunicadores y periodistas son las personas más importantes e influyentes, ya que tienen un contacto más directo con la sociedad, en sus reportajes y productos audiovisuales reproducen discursos machistas y cuando cubren algún femicidio no lo relatan adecuadamente, muchas veces justifican y normalizan la violencia de género. Las mujeres del grupo de estudio mencionan que: “En los medios yo nunca he visto que hagan campaña contra la violencia hacia las nosotras”, “Hablan de violencia, la muestran, pero nunca hablan de prevenirla”. Como actores menos influyentes tenemos a directores/as.

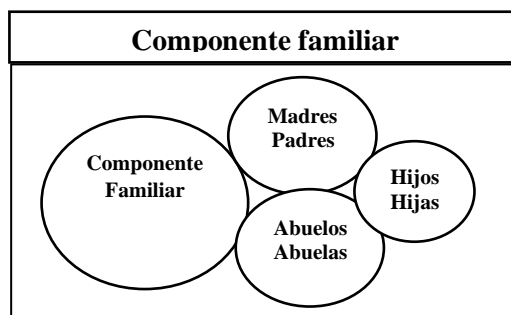
**Gráfico 9**



**Elaboración:** Propia

Profesores y profesoras son actores importantes e influyentes en el componente educativo. Como actores menos influyentes tenemos a las autoridades del sistema educativo. Las mujeres mencionan que los profesores y profesoras son machistas y eso reproducen y les enseñan a sus hijos e hijas. Mencionan que: “Ellos también deben cambiar”, “En las escuelas deberían hacer campañas contra la violencia y el bullying”.

**Gráfico 10**



**Elaboración:** Propia

Las madres y los padres son los actores más importantes e influyentes en el componente familiar. Como otros actores tenemos abuelas/os, hijas e hijos. En este componente todas las personas se relacionan entre sí. Es un espacio donde es más fácil identificar las relaciones de desiguales. Se menciona que: “En las familias en donde más se debe cambiar”, “Nosotras debemos dar el ejemplo, apoyarnos más”, “Debemos aprender sobre la violencia para poder conversar con nuestros hijos” (2020, entrevistas personales).

Esta diversidad de actores se vincula directamente con la falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres de Calderón, ya que, en su cotidianidad nadie habla sobre la violencia de género, cada una de las 15 mujeres han experimentado diferentes formas de violencia pero no las han identificado como tales, porque en su entorno no hay información sobre ello, recuerdan que ni el colegio ni en la universidad les han enseñado sobre el tema, no han tenido encuentros en donde se dialogue al respecto, estos elementos sumado a la naturalización de las relaciones de poder a través de las representaciones de género son parte del problema. Se entiende que para visibilizar la situación de violencia que viven las mujeres se necesita convocar e interactuar con las/los otros actores para poder establecer procesos comunicacionales como información, participación, sensibilización y sobre todo encuentros socioculturales porque es donde emerge la tensión y el diálogo, y con ello las propuestas para el cambio. El trabajo colectivo crea acciones útiles e innovadoras, que ayudarán a conseguir las transformaciones anheladas. “[...] la comunicación, como momento relacionante de la diversidad sociocultural, es un espacio de transformación en el cual se pone en juego en forma abierta y permanente el sentido y la acción social. Como ocurre con la banda de Moebius, en la comunicación hay fronteras nuevas que se unen y a partir de una torsión particular enactúan otra relación y establecen otro domino sobre el mundo” (Massoni 2011, 33).

Estos otros actores (comunicadores, periodistas, profesores/as)<sup>7</sup> están vinculados al problema: falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres de Calderón porque también producen, reproducen, educan, comunican y legitiman la violencia de género, y si lo que se quiere es cambiar esta situación, la estrategia tiene que considerarlos para trabajar en conjunto. Por esta razón y siguiendo con la investigación, se tuvo un acercamiento con comunicadoras/es, periodistas, profesores/as

---

<sup>7</sup> En el anexo 5 se presenta la información de estos otros actores/as.

(algunos de ellos son conocidos de las mujeres del grupo de estudio porque son profesores/as de sus hijos/hijas).

De primer momento se les abordó de forma individual. Estas personas viven en Quito, en distintos sectores de la ciudad, con lo cual, se cuenta con una diversidad de saberes y experiencias. En una primera reunión grupal, se les comentó del trabajo de investigación y se les solicitó su participación<sup>8</sup>, lo que aceptaron gustosamente, mencionaron que les parece interesante y les gustaría aportar de alguna manera al cambio.

Se contó con la participación de 8 comunicadores/as, 7 periodistas, 15 profesores/as, a los cuales se les realizó dos encuestas<sup>9</sup>, utilizando la herramienta Google Forms, y a través de aplicación WhatsApp se envió el link a todas las personas participantes para que llenaran y enviaran la información y los datos solicitados. Además, se realizó dos reuniones grupales con cada grupo, primero con los comunicadores/as y periodistas y luego con los/las profesoras. En estas reuniones se contó con la presencia de 3 comunicadoras y 2 periodistas, a las cuales se les realizó entrevistas,<sup>10</sup> y a 1 comunicadora se le realizó una entrevista a profundidad de forma individual. Con respecto al grupo de profesores/as en las reuniones se contó con la participación de 2 profesores y 3 profesoras, se les realizó también entrevistas, y a 1 profesora se le realizó una entrevista a profundidad de forma individual.

Con el grupo de 5 comunicadoras y periodistas, el grupo de 5 profesoras/es y con el grupo de 5 mujeres (su selección entre las 15 fue por el factor tiempo disponible), se llevó a cabo tres reuniones de diálogo y entrevistas para recabar toda la información y datos que necesitan las matrices y la estrategia comunicacional.

Todas las entrevistas tuvieron una duración de una hora. Debido a la emergencia sanitaria las reuniones se realizaron a través de la herramienta de videoconferencias “Zoom Video Communications”.

Es necesario resaltar que se socializó con los/las comunicadoras, periodistas, profesores/as y las mujeres del grupo de caso la VTC y VTC detallada por cada

---

<sup>8</sup> Cada uno de las y los participantes dieron su consentimiento para presentar sus experiencias y testimonios, en la primera reunión grupal se les consultó que, si estarían de acuerdo en ser mencionados/as, se llegó al acuerdo de que si era necesario se lo haga, pero únicamente con sus nombres.

<sup>9</sup> El diseño de la encuesta está en los anexos 1.

<sup>10</sup> El banco de preguntas para las entrevistas está en los anexos 2.

componente, esto ayudó mucho para ir puliendo la información y con el aporte de sus experiencias se fue reforzando. Mencionan que: “En mi trabajo como periodista la verdad hasta ahora no he realizado productos comunicacionales con perspectiva de género” (Andrea 2020, entrevista personal). “En la universidad ni en los cursos de capacitación que he revisado nunca me han dado cómo abordar o manejar el tema de género en las noticias” (Fausto 2020, entrevista personal). “Yo como profesora si creo que la educación es fundamental para cambiar la sociedad” (Pilar 2020, entrevista personal). “En los medios de comunicación si se debería realizar campañas periódicas sobre prevención de la violencia” (Fernanda 2020, entrevista personal). Es así que, para identificar y jerarquizar a las/los actores ellos también fueron consultados. Las/los comunicadores reconocen que son actores relevantes si se quiere visibilizar y sensibilizar sobre la violencia hacia las mujeres. “Como periodistas tenemos la responsabilidad ética y social de investigar e informar sobre los femicidios y sus efectos sociales” (Soledad 2020, entrevista personal), “Tenemos que capacitarnos en temas de género” (Santiago 2020, entrevista personal), “Tenemos que hablar de violencia y derechos de las mujeres” (Estefanía 2020, entrevista personal). Su participación, reflexión y colaboración está presente en la investigación y elaboración de la estrategia comunicacional. Porque como nos enseña Sandra Massoni (2011, 45) “Desde nueva perspectiva se intenta incorporar la capacidad constructiva de los sujetos en su devenir”. Ya que, el cambio surge desde cada uno de las/los comunicadores, periodistas y profesores/as.

#### **2.4. Matrices socioculturales en torno al problema de la VTC**

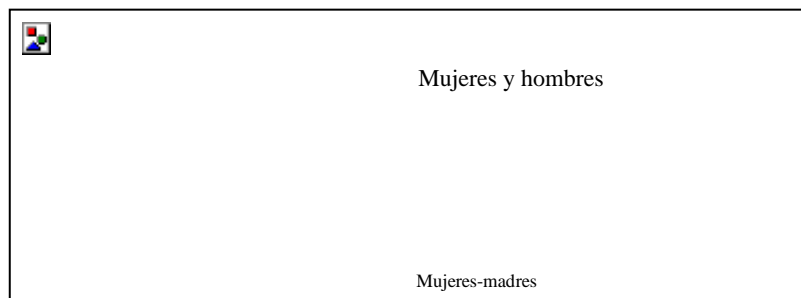
Para la comunicación estratégica es fundamental reconocer y analizar adecuadamente el especial o particular tipo de encuentro sociocultural de los distintos actores con la problemática que se investiga. Para lograr esto, Sandra Massoni (2003, 35) desarrolló “La categoría Matriz sociocultural” y la define como: “[...] un autodispositivo colectivo desde el cual cada actor matriz establece la comunicación” (Massoni 2013, 84). Esto permite agrupar a las/los actores según su modo de vincularse con el problema, con lo cual, se genera un “[...] esquema que describe los rasgos principales de la lógica de funcionamiento de un grupo o sector social, su linaje de transformaciones. [...] su sistema

de percepción-acción. Es su particular modalidad de vinculo macrosocial con la problemática” (83).

A fin de continuar con el diseño de la estrategia comunicacional es imprescindible reconocer que matrices están involucradas en la investigación. Y “[...] al caracterizar a las matrices socioculturales hablamos de agrupamientos, de sectores, porque cada matriz incluye diversos actores que se distinguen de otros a partir de su ámbito de acción en el marco del problema que aborda la estrategia” (84).

Con el reconocimiento y la jerarquización de actores en cada componente de la VTC, se definió así a los relevantes:

**Gráfico 11**



**Elaboración:** Propia

Con esta información, se pueden identificar las siguientes matrices, porque las/los profesores, comunicadores/as, periodistas y las mujeres comparten lógicas de funcionamiento que se vinculan específicamente con la falta de sensibilización del sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres.

**Gráfico 12**

**Reconocimiento de matrices socioculturales en tono al problema comunicacional**



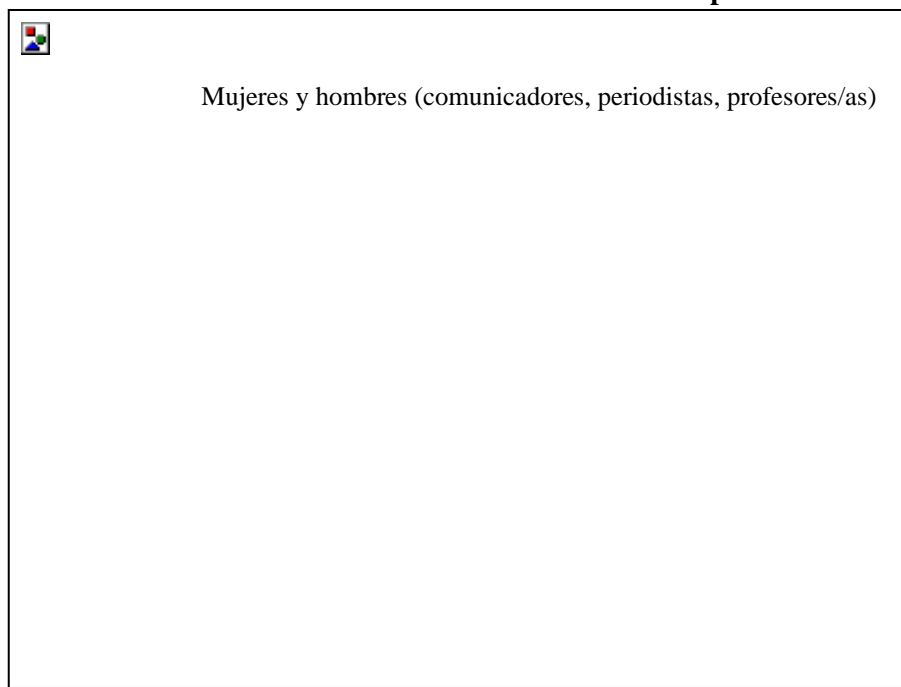
**Elaboración:** Propia

Estas matrices visibilizan las maneras de actuar, las configuraciones socioculturales que guían las formas de hacer las cosas, demuestran cuales son los aportes macrosociales

de cada matriz en el problema que se analiza. También, “[...] implica recuperar saberes, intereses, necesidades y expectativas de los grupos involucrados para organizar en la estrategia comunicacional acciones capaces de asumir las lógicas en juego” (Massoni 2007,59).

A continuación, se detalle las matrices socioculturales identificadas en la investigación, que se basan en el formato de la profesora Sandra Massoni.

**Gráfico 13**  
**Caracterización de Matrices socioculturales en tono al problema**



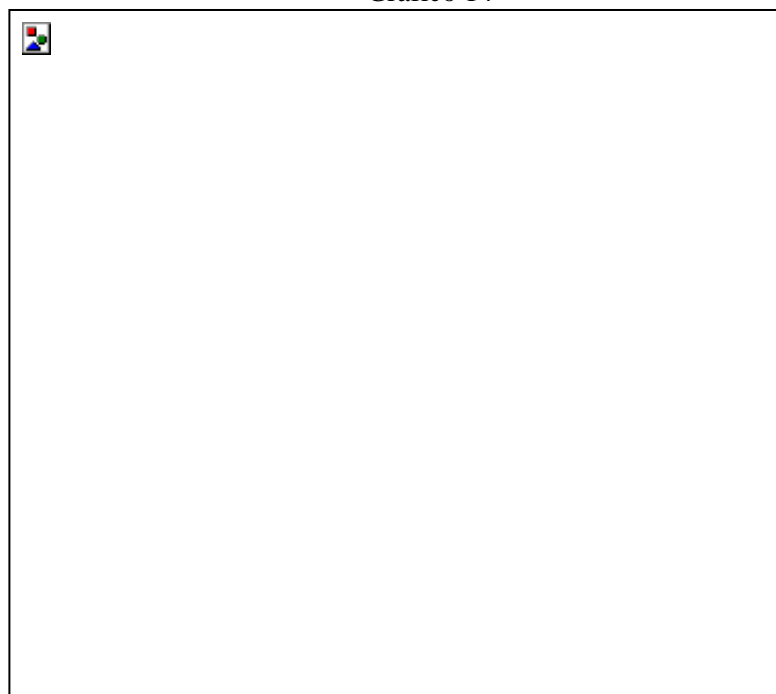
**Elaboración:** Propia

La información de esta matriz fue proporcionada por todas/dos las participantes en las entrevistas. Algunas de las preguntas fueron: ¿Quiénes creen que reproducen más la violencia?, sus respuestas: Comunicadores y periodistas, Madres y padres, Profesores y profesoras. Decían que: “En la casa las mamás somos las que a veces reproducimos ideas machistas, pero cuando iban al colegio son los profesores los que son machistas, y en la televisión en las noticias los periodistas también son machistas” (Fernanda 2020, entrevista personal). Además, ¿Cuándo escuchas alguna noticia sobre violencia de género o te cuenta que alguien sufrió violencia que sientes? “Mucha ira, Mucha impotencia porque no se sabe cómo ayudar” (Sofía 2020, entrevista personal).



Una de las herramientas que propone Massoni para conocer más el punto de vista de las/los actores es el test de foto problema, los indicadores que se muestran en gráfico son proporcionados por los síntomas que se identificaron en la VTC detallada por cada componente. A continuación, la información.

Gráfico 14

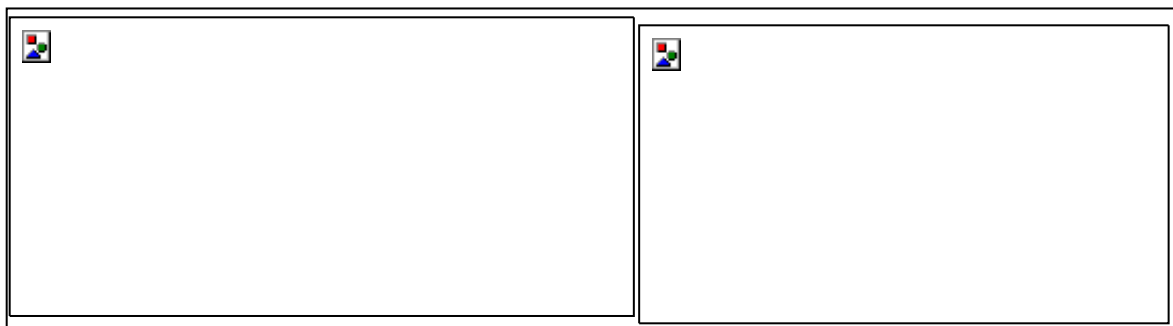


**Elaboración:** Propia

El grupo de participantes conceptualiza como problema a los estereotipos de género, al conversar con ellas/ellos reconocen que sí los reproducen en su cotidianidad. Y los comunicadores/as y periodistas mencionan que en su trabajo también lo hacen.

Otra herramienta para recolectar experiencias fue el test de transposición, que evidencia lo que las personas piensan y sienten sobre el tema de la violencia hacia las mujeres hoy y cuáles son los deseos y sueños.

Gráfico 15

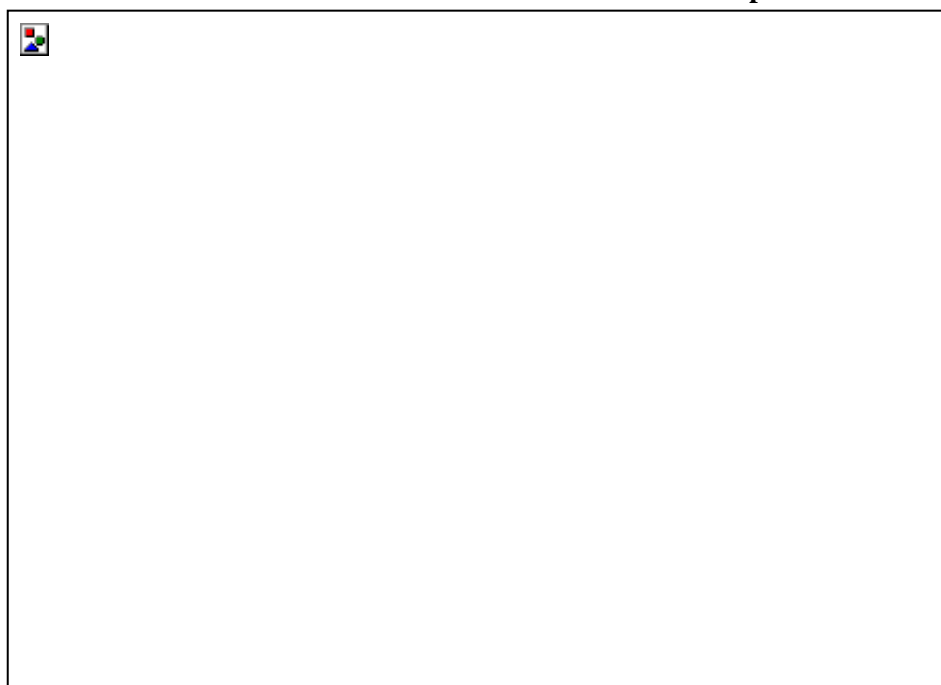


**Elaboración:** Propia

Estas y otras expresiones dan cuenta de la necesidad de capacitación y sensibilización, también, muestran, guían el camino y las acciones a planificar en la estrategia comunicacional.

Gráfico 16

#### **Caracterización de Matrices socioculturales en tono al problema**



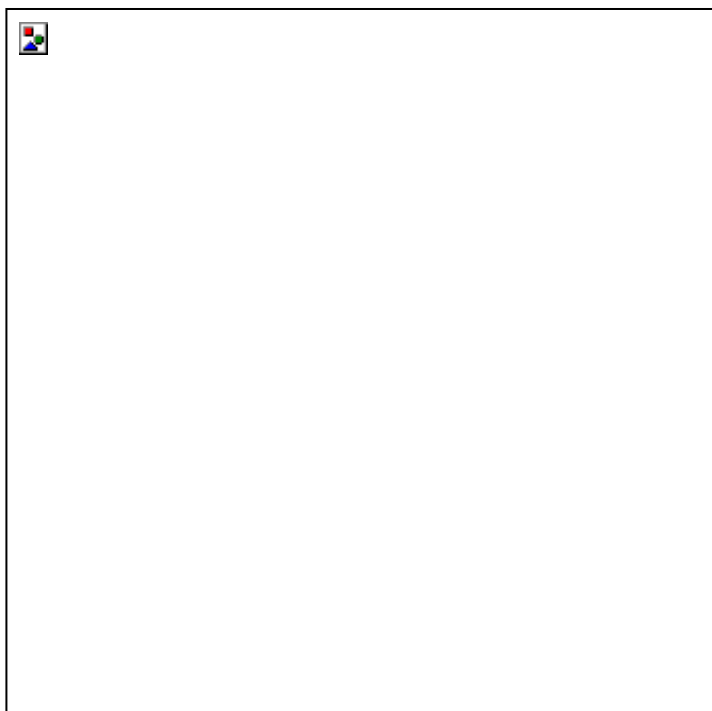
**Elaboración:** Propia

La información que contiene la matriz da cuenta de las experiencias y expresiones del grupo. Se les consulto: ¿Cuán importante es para ustedes hablar sobre violencia de género? Algunas personas mencionaron: “La verdad en la vida diaria no lo veo importante, a menos que se escuche que le paso a alguien conocida” (Roberto 2020, entrevista

personal), “Sobre el tema no es que se habla nomas, es como un tema muy privado” (Camila 2020, entrevista personal). ¿Sabes qué significa la violencia de género? “En el trabajo en alguna ocasión me toco cubrir el tema y siendo honesta no sabía cómo hacerlo” (Verónica 2020, entrevista personal). “Nuestros productos no tienen nada de perspectiva de género, si veo que caemos en el machismo” (Sofía 2020, entrevista personal). ¿Creen que en la sociedad se debería hablar sobre la violencia de género? “Ahora ya lo veo necesario” (María del Carmen 2020, entrevista personal), “Como profesionales si creo que se debería hablar mucho más sobre el tema, solo que el canal a veces como que nos les importa, le restan mucha importancia” (Fernanda 2020, entrevista personal). Es evidente la falta de conocimiento e interés sobre el tema. Pero también, se puede observar que una vez que se conversa con ellos/ellas si se genera un interés.

En el test de foto problema este grupo identificó lo siguiente:

Gráfico 17



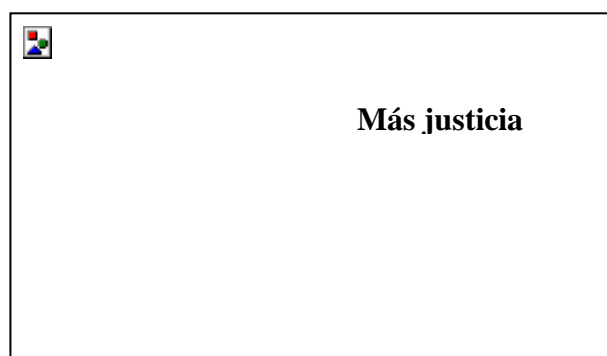
**Elaboración:** Propia

Se evidencia que en la cotidianidad se ha naturalizado los estereotipos, el sistema de privilegios, productos comunicacionales sin perspectiva de género, publicidad sexista, una muestra del orden simbólico masculino y la violencia simbólica que afecta a todos los

miembros de la sociedad, pero en especial la vida de las mujeres. Se ve la necesidad de visibilizar estos síntomas y las consecuencias que generan, en definitiva, de desenmascarar al sistema patriarcal.

En las experiencias compartidas en el test de transposición, sobre ¿Cómo ven la violencia de género en 20 años? algunas de sus deseos fueron:

Gráfico 18



**Elaboración:** Propia

La perspectiva para dentro de 20 años se vincula con la visibilidad del tema, que deje de ser visto como un problema privado, que se discuta el tema en todos los espacios (académicos, políticos, en la familia, en la cotidianidad), se menciona la importancia del rechazo social y la justicia, hay una necesidad de tomar más conciencia de la violencia que sufren las mujeres para responsabilizarse y actuar colectivamente para que disminuya y se mejoren sus condiciones.

Gráfico 19

#### **Caracterización de Matrices socioculturales en tono al problema**

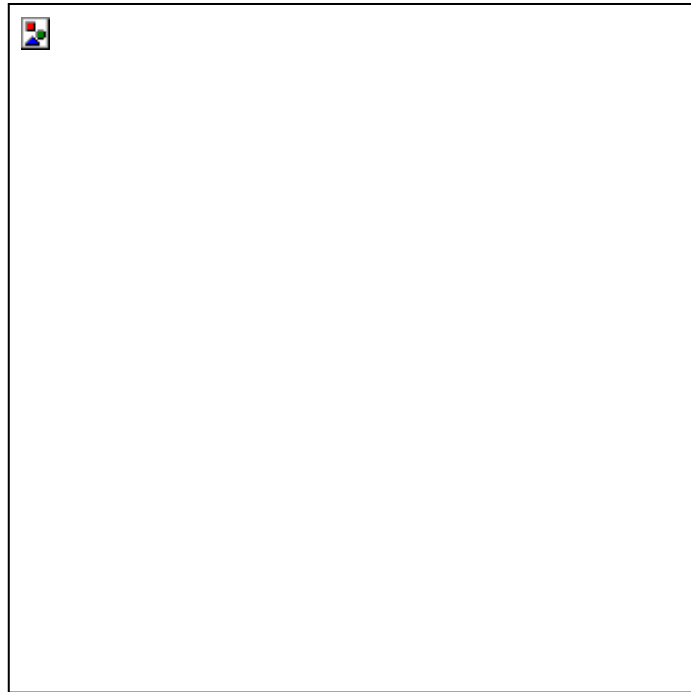


**Elaboración:** Propia

Las experiencias de las/ los profesores dejan ver la importancia de sus prácticas si contara con el conocimiento y la sensibilización necesaria. A la pregunta ¿Creen que en la sociedad se debería hablar sobre la violencia de género? Algunas repuesta fueron: “Se debería tratar este tema a nivel social y en la educación más todavía” (Estelita 2020, entrevista personal), “Hay que sensibilizar a la población desde la educación” (Margarita 2020, entrevista personal), “Si no se habla se va a seguir reproduciendo” (Rita 2020, entrevista personal), “Si tú te informas puedes hablar en tu familia y sacar opiniones” (Wilo 2020, entrevista personal). ¿Se sienten identificadas/os con el tema de violencia de género? “Si, porque en algunas maneras he llegado a reproducir este tipo de violencia” (Alex 2020, entrevista personal), “Yo pase esa situación” (Nancy 2020, entrevista personal), “Me da mucha pena e impotencia” (Sonia 2020, entrevista personal). ¿Qué actividades creen que pueden ayudar para disminuir la violencia de género? “Difusión en medios” (Richard 2020, entrevista personal), “Campañas publicitarias en redes social, en los colegios, universidades” (Lupita 2020, entrevista personal), “Un trabajo en conjunto con los padres de familia” (Diego 2020, entrevista personal), “Educación, hay que estudiar, el ministerio de educación debería capacitarnos” (Carmen 2020, entrevista personal), “Trabajar con los chicos en campañas internas” (Néstor 2020, entrevista personal). La identificación con tema y el interés por parte de las personas es evidente y alentador, Hay un reconocimiento a que en ocasiones se ha practicado algún tipo de violencia, pero también, se reconoce que esta situación debe cambiar y que la educción es un espacio clave para lograrlo.

En el test de foto problema las/los profesores conceptualizan como problema: “Los libros con representaciones de género y los estereotipos.

Gráfico 20

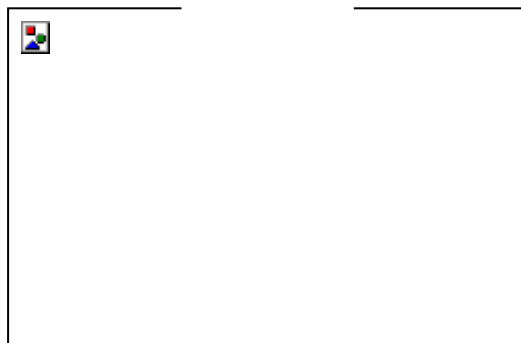


**Elaboración:** Propia

Algunas de las opiniones fueron, “Pero si nosotros hablamos de igualdad en la clase en los libros hay muchas imágenes de hombres y no de mujeres” (Victoria 2020, entrevista personal), “En los libros de historia siempre se habla más de los hombres” (Pilar 2020, entrevista personal). Esto es un reflejo de la invisibilización de las mujeres, de sus acciones y aportes a la sociedad. Demuestra a la vez, la complejidad del problema, y que las soluciones deben enfocarse en la multidimensionalidad.

Los deseos del grupo se plasman en la transposición temporal para dentro de 20 años.

Gráfico 21

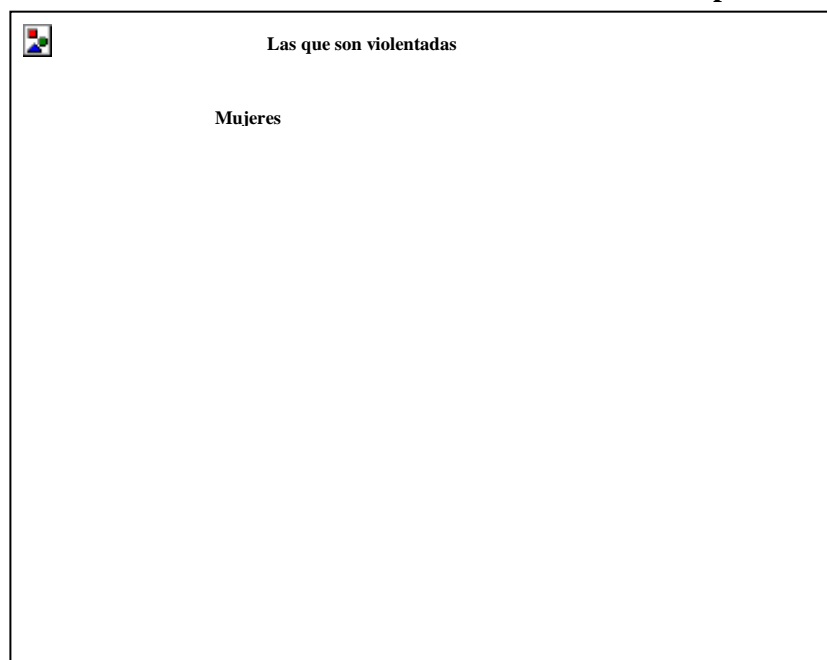


**Elaboración:** Propia

Hay un deseo general de que la violencia disminuya y con el tiempo desaparezca, pero a la vez se reconoce que es muy difícil lograrlo, porque no solo depende de un grupo de personas, sino del compromiso y la responsabilidad de toda la sociedad.

Gráfico 22

### Caracterización de Matrices socioculturales en tono al problema



**Elaboración:** Propia

La información que contiene esta matriz fue recolectada de las experiencias y la percepción de cada una de las de mujeres<sup>11</sup> participantes. Algunas de las preguntas fueron: ¿Cómo ven la violencia hoy? “Terrible, hoy te matan”, “Hoy parece que es mucho más que hace 20 años”, “Un mal muy grave”, “Hoy hay más muertas, les pegan, les violan, les maltratan demasiado”. ¿Cuán importante es para ustedes hablar sobre violencia de género? “Creo que al ser mamá es importante que sepa que es un abuso, que sepa que eso no está bien, para poder hablar con mis hijas y mis amigas”, “Nosotras entenderíamos muchas cosas, me gustaría entender el motivo del maltrato”, “Para apoyar a otras mujeres, porque lo que necesitamos es apoyo”. ¿Cuáles creen que son razones por las que ocurre la violencia de género? “Para mi falta de educación”, “El machismo”, “Es que nos siguen

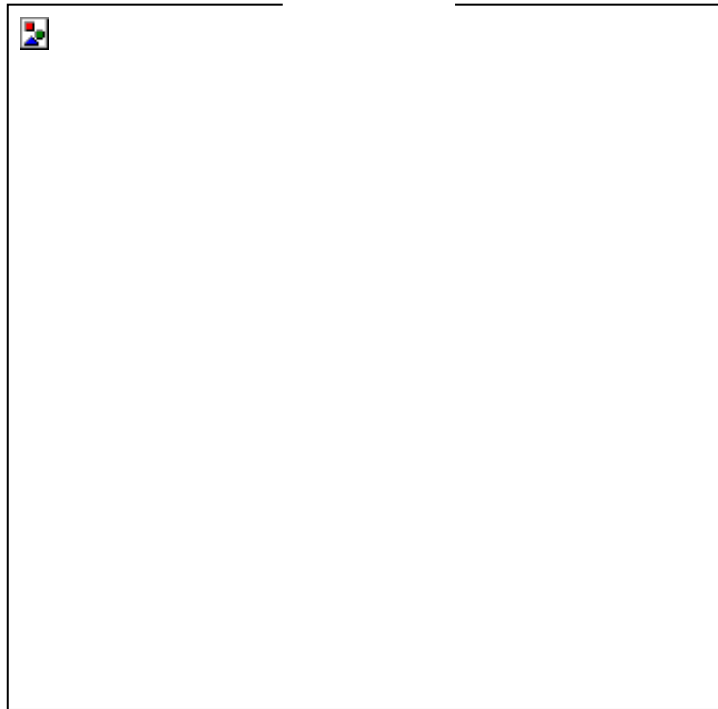
<sup>11</sup> Las opiniones son de las mujeres de Calderón y como se mencionó por motivos de seguridad no se las nombra.

inculcando el machismo”, “Tratar de imponerse, tener control sobre nosotras”, “Hay una cuestión de poder”, “Los medios de comunicación lo han naturalizado, hay programas que muestran mucha violencia”, “Nos enseñan a aceptar y callar el maltrato”, “En las escuelas y colegios deberían enseñarnos sobre la violencia de género” (2020, entrevistas personales).

La información que proporciona esta matriz sociocultural visibiliza las circunstancias de opresión, las desigualdades y las relaciones del poder que muchas mujeres han vivido y viven en la cotidianidad.

La conceptualización del problema que identifican este grupo: son los estereotipos de género, consideran que se ha normalizado mucho la diferencia sexual, que refuerzan la hegemonía masculina y discriminan a las mujeres. Además, que cosifican el cuerpo de las mujeres, anulándolas como personas con derechos para ser violentadas. Un comentario fue “Se creen dueños de nosotras” (2020, entrevista personal).

Gráfico 23



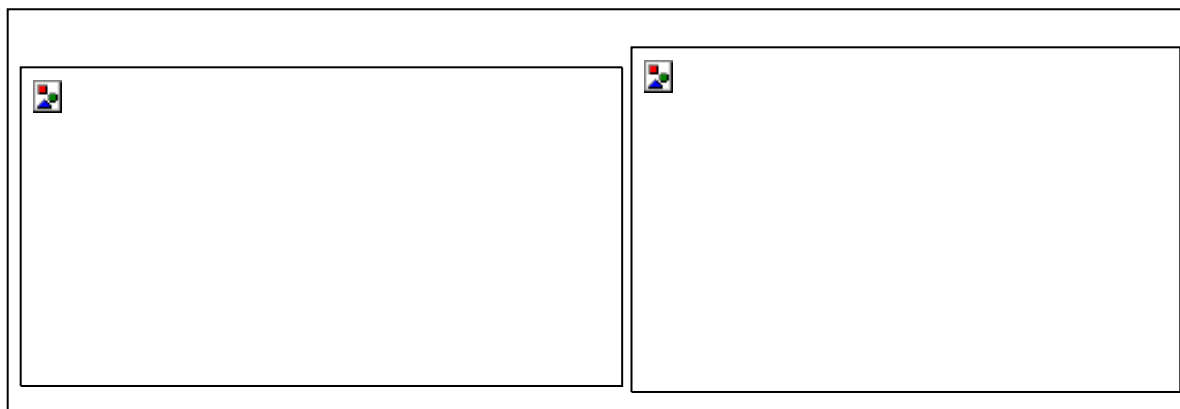
**Elaboración:** Propia

En el test de transportación temporal se muestran los deseos y sueños y que se espera dentro de 20 años. Se evidencia así la necesidad de visibilizar el sistema de dominación y subordinación que viven las mujeres, el tema de la educación formal y no



formal como una de las claves para conseguir cambios. Ven la necesidad de comprometerse con la lucha en contra la violencia hacia las mujeres.

Gráfico 24



**Elaboración:** Propia

## 2.5. Árbol de soluciones

Una vez identificadas las expectativas, necesidades, intereses, saberes y las emociones de cada matriz sociocultural (las/los que reproducen, las/los que comunican, las/los que educan, las que son discriminadas), se evidencia así, los sentidos y acciones que comparte de forma colectiva, lo que posibilita, plantear diferentes acciones, productos, con el objetivo de reconfigurar los vínculos y generar los cambios y transformaciones deseadas y posibles. “La construcción del Árbol de soluciones requiere identificar diferentes procesos comunicacionales que deseamos promover para cada una de las Matrices socioculturales y planificar las acciones para desplegarlas” (Massoni 2013, 95).

Para el diseño de la estrategia se ha considerado el siguiente árbol de soluciones por cada componente (sociocultural, comunicacional, educativo) y matriz sociocultural (las/los que reproducen, las/los que comunican, las/los que educan, las que son violentadas):

Gráfico 25

### Árbol de soluciones - Componente Sociocultural

Componente	Actores/Matrices	Intereses y necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar
Sociocultural	Las /los que	-Obtener	Información	-Realizar

	reproducen Mujeres (grupo de estudio) y hombres (comunicadores comunicadoras, periodistas, profesores profesoras)	<p>conocimiento sobre la violencia de género y los derechos de las mujeres</p> <p>-Saber que hacer o actuar frente a una situación de violencia</p> <p>-Que las prácticas socioculturales no generen desigualdad, ni reproduzcan comportamientos discriminatorios y violentos</p> <p>-Capacitación sobre perspectiva de género</p> <p>-Sensibilización sobre la violencia hacia las mujeres</p> <p>-Capacitación sobre violencia de género y derechos humanos</p>	<p>Sensibilizar</p> <p>Participación</p> <p>Encuentro sociocultural</p>	<p>encuentros para conversar sobre perspectiva de género</p> <p>-Realizar encuentros para conversar sobre tipos de violencia</p> <p>-Realizar dinámicas educomunicativas para sensibilizar sobre la violencia</p> <p>-Crear redes de apoyo</p> <p>-Organizar encuentros con personal de fundaciones u organizaciones de mujeres, para realizar capacitaciones</p> <p>-Hacer charlas motivadoras para fomentar la defensa de los derechos humanos</p>
--	--	---	---	--

**Elaboración:** Propia

Gráfico 26  
**Árbol de soluciones - Componente Comunicacional**

<b>Componente</b>	<b>Actores/Matrices</b>	<b>Intereses y necesidades</b>	<b>Proceso comunicacional</b>	<b>Acciones a desarrollar</b>
Comunicacional	Las /los que comunican Comunicadores,	- Sensibilizar sobre la violencia hacia las mujeres a la sociedad	Información Sensibilizar	-Realizar talleres de capacitación sobre perspectiva de género

	comunicadoras, periodistas	<p>-Realizar campañas de sensibilización y productos comunicacionales con perspectiva de género</p> <p>- Capacitación sobre perspectiva de género y derechos humanos para realizar productos</p> <p>-Sensibilización sobre la violencia hacia las mujeres</p>	<p>Participación</p> <p>Encuentro sociocultural</p>	<p>-Realizar talleres sobre la construcción de noticias y bordaje de la violencia contra las mujeres</p> <p>-Realizar talleres de capacitación sobre buenas prácticas de inclusión de género en los medios</p> <p>-Realizar dinámicas educomunicativas para sensibilizar sobre violencia de género y derechos humanos</p> <p>-Realizar encuentros para crear una campaña y productos comunicacionales con perspectiva de género</p>
--	-------------------------------	---	---	---

**Elaboración:** Propia

Gráfico 27  
Árbol de soluciones - Componente Educativo

Componente	Actores/Matrices	Intereses y necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar
Educativo	Las/los que educan Profesores Profesoras	-Sensibilizar sobre la violencia hacia las mujeres a las/los estudiantes y	Información Sensibilizar Participación	-Realizar talleres de capacitación sobre perspectiva de género -Participación en

		madres/padres -Capacitación sobre perspectiva de género -Sensibilización sobre la violencia hacia las mujeres -Contar con material didáctico para dar clases sobre violencia de género	Encuentro sociocultural	talleres de encuentros con madres, padres, profesores/as, autoridades de las instituciones para llegar a acuerdos -Realizar dinámicas educomunicativas para crear material didáctico para dar clases -Realizar encuentros para crear herramientas educativas con perspectiva de género -Crear un red de apoyo con las madres y padres -Crear con los estudiantes red de apoyo -Crear campañas (internas) de sensibilidad sobre la violencia hacia las mujeres
--	--	---	-------------------------	--

**Elaboración:** Propia

Gráfico 28  
**Árbol de soluciones**

Componente	Actores/Matrices	Intereses y necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar
	Las que se sienten violentadas	-Aprender sobre discriminación	Información	-Realizar encuentros para

	Mujeres De Calderón	<p>hacia las mujeres</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocer que se puede hacer si se sufre de violencia</li> <li>-Ayudar a otras mujeres</li> <li>-Capacitación sobre violencia de género y derechos de las mujeres para enseñar a otras personas</li> <li>-Contar con el apoyo de familiares o amigas/os</li> <li>-Ayuda psicológica</li> </ul>	<p>Sensibilizar</p> <p>Participación</p> <p>Encuentro sociocultural</p>	<p>conversar sobre perspectiva de género y derechos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar encuentros para dar a conocer que hacer y a donde acudir en casos de sufrir violencia</li> <li>-Organizar dinámicas motivadoras para generar independencia</li> <li>-Crear redes de apoyo</li> <li>-Organizar actividades con familiares y amigas/os para fortalecer el apoyo</li> <li>-Realizar charlas con psicólogos/as</li> <li>-Realizar encuentros para crear una campaña de sensibilización y prevención de la violencia</li> </ul>
--	---------------------	---	---	---

**Elaboración:** Propia

## 2.6. Investigación de campo

### 2.6.1. Matriz de datos para la estrategia comunicacional

Las herramientas que se aplicaron para la recolección de la información fueron: test de fotoproblema, test de modos y formas de comunicación, test de espacios de comunicación y test de transportación temporal, se utilizaron con todas las matrices

socioculturales (las/los que reproducen, las/los que comunican, las/los que educan, las que son violentadas).

Algunos de los resultados y los gráficos del trabajo de campo están presentes en las matrices socioculturales. Los que no se presentan en el cuerpo del trabajo se los puede observar en el anexo 6.

## 2.7. Diseño del Plan Operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional

Finalmente, después de todo el proceso de diagnóstico, análisis, interpelación de la dinámica y realidad social en la dimensión comunicacional, además, la investigación revela la necesidad de una educación formal y no formal con perspectiva de género. También, muestra los deseos de cambio que las y los actores anhelan frente a problemática planteada. Se tiene claro las marcas de racionalidad y las dimensiones de la comunicación que se debe desplegar para conseguir las transformaciones deseadas y posibles.

Se despliega acciones, productos y espacios de comunicación que favorecen los procesos de comunicación priorizados en cada matriz sociocultural explorando las distintas posibilidades para aportar a diferentes procesos cognitivos de nivel macro social con los actores vinculados a esta problemática en particular, integrando los resultados de etapas anteriores y tomando como base el Árbol de soluciones [...] y el informe del Trabajo de campo [...]. (Massoni 2013, 159)

Todo el proceso metodológico permite establecer los siguientes ejes de acción que buscan generar encuentros, para trabajar en conjunto, planificar y gestionar varias acciones que faciliten crear nuevas construcciones de sentido en las que hombres y mujeres sean libres y gocen de las mismas posibilidades y derechos.

### 2.7.1. Ejes de la estrategia

Gráfico 29  
Ejes de acción

<b>Eje de acción 1</b>	Capacitación sobre perspectiva de género, derechos humanos, tipos de violencia, cultura machista, representaciones de género, sistema patriarcal.
------------------------	---

<b>Eje de acción 2</b>	Crear redes de apoyo
<b>Eje de acción 3</b>	Campaña de sensibilización y prevención

**Elaboración:** Propia

**2.7.1.1. Eje de acción 1:** Capacitación sobre perspectiva de género, derechos humanos, tipos de violencia, estereotipos, discursos machistas, sistema patriarcal.

### **Nivel 1: Acciones inmediatas y de corto plazo (3-6 meses)**

Gráfico 30  
Acciones

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Grupo meta</b>
Reunión de acercamiento	Promover el interés sobre el tema de violencia hacia las mujeres	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 1: sobre perspectiva de género	Ofrecer información, generar diálogos sobre temas de género y afianzar el interés	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 2: sobre derechos humanos y género	Brindar información, generar diálogos, fomentar el respeto a los derechos y asumirlos	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 3: sobre violencia de hacia las mujeres y tipos de violencia	Brindar información sobre la violencia, los tipos, causas, consecuencias individuales/sociales, mostrar estadísticas	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 4: sobre prevenir la violencia hacia las mujeres	Brindar información de cómo actuar, a donde acudir y como ayudar en casos de violencia Generar diálogos para identificar actos de discriminación	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas

**Elaboración:** Propia

### **Nivel 2: Acciones mediano plazo (12 meses)**

Gráfico 31  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Taller de encuentro 1: sobre el sistema patriarcal	Brindar información sobre el sistema de dominación y subordinación en el que viven las mujeres	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 2: sobre cultura machista	Brindar información para identificar discursos y prácticas machistas	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 3: sobre representaciones de género	Brindar información para identificar y analizar estereotipos de género	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas

**Elaboración:** Propia

### Nivel 3: Acciones largo plazo (24 meses)

Gráfico 32  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Reuniones de seguimiento	Reforzar el conocimiento adquirido	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentros para dialogar 1	Llegar a acuerdos para poner en práctica todo lo aprendido	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentros para dialogar 1	Definir conjuntamente que tema hay que profundizar, reforzar y/o implementar	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas

**Elaboración:** Propia

### 2.7.1.2. Eje de acción 2: Crear redes de apoyo

#### Nivel 1: Acciones inmediatas y de corto plazo (3-6 meses)

Gráfico 33  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Reunión de acercamiento	Promover el interés sobre el	Mujeres de Calderón (estudio



	tema derechos de las mujeres	de caso)
Encuentro 1: tema redes de apoyo	Presentar a la psicóloga/o y conversar sobre la importancia de redes de apoyo	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 2: tema redes de apoyo	Crear una red de apoyo entre las mujeres participantes y dialogar sobre las actividades a desarrollar	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 3: tema independencia	Realizar dinámicas motivadoras para generar independencia emocional, económica, entre otras	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 4: tema inteligencia emocional	Brindar información sobre apoyo emocional Potenciar la sensación de sentirse comprendida y apoyada	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 5: Nuevos vínculos	Generar nuevos vínculos	Mujeres de Calderón (estudio de caso)

**Elaboración:** Propia

## Nivel 2: Acciones mediano plazo (12 meses)

Gráfico 34  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Taller de encuentro 1: Sobre valores	Promover valores como la solidaridad, empatía	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 2: tema derecho a la libertad	Arraigar el sentido de libertad	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 3: terapia de grupo o individual	Brindar apoyo psicológico	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Taller de encuentro 4: tema otras redes de apoyo	Crear redes de apoyo con familiares y amigas/os	Mujeres de Calderón (estudio de caso)

**Elaboración:** Propia

## Nivel 3: Acciones largo plazo (24 meses)

Gráfico 35  
Acciones

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Grupo meta</b>
Reuniones de seguimiento	Autoanalizar a las redes de apoyo y plantear mejoras y nuevas actividades	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Encuentros para el diálogo 1	Mantener y fortalecer las redes de apoyo	Mujeres de Calderón (estudio de caso)
Encuentros para el diálogo 2	Promover la participación de más personas en las redes de apoyo	Mujeres de Calderón (estudio de caso)

**Elaboración:** Propia

### 2.7.1.3. Eje de acción 3: Campaña de sensibilización y prevención

#### Nivel 1: Acciones inmediatas y de corto plazo (3-6 meses)

Gráfico 36  
Acciones

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Grupo meta</b>
Encuentro para el diálogo: 1	Motivar la creación de una campaña de sensibilización y de prevención que generen nuevos valores que respeten los derechos y elimine la discriminación hacia las mujeres	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 2: tema campaña de sensibilización y prevención	Brindar información para la creación de la campaña	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 3: diseño de la campaña	Motivar la participación en el proceso de diseño de la campaña	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentro para el diálogo 4: Definir campaña	Dialogar sobre las ideas, definir ideas y crear la campaña de sensibilización y prevención	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Taller de encuentro 5: Productos comunicativos	Colaborar en la creación de productos comunicativos para la campaña	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentro para el diálogo 6: Campaña en acción	Socializar la campaña con la familia y amigos/as	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas,

		familiares y amigos/as
Encuentro para el diálogo 7: Evaluación	Evaluar el impacto de la campaña	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas

**Elaboración:** Propia

## Nivel 2: Acciones mediano plazo (12 meses)

\*Gráfico 37  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Encuentro para el diálogo 1: Campaña en acción	Fortalecer la campaña de sensibilización y prevención	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentro para el diálogo 2: Organizar la socialización de la campaña	Planificar la socialización de la campaña en los barrios, en redes sociales, e instituciones educativas	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Socializar la campaña	Socializar la campaña en los barrios, en redes sociales y en el ámbito educativo	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas, familiares, amigos/as, vecinos/as
Charla sobre violencia hacia las mujeres	Convocar a familiares y amigos/as para conversar sobre la violencia hacia las mujeres	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas, familiares, amigos/as
Taller de encuentro 3: Campaña en acción	Promover la participación de familiares y amigos/as en actividades de prevención de la violencia	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas, familiares, amigos/as

**Elaboración:** Propia

## Nivel 3: Acciones largo plazo (24 meses)

Gráfico 38  
Acciones

Actividad	Objetivo	Grupo meta
Reuniones de seguimiento	Autoanalizar la campaña	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as,

		profesores/as, periodistas
Encuentros para el diálogo 1: campana en acción	Reforzar la campana	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas
Encuentros para el diálogo 2: Participación social	Promover la participación de familiares y amigos/as en actividades de prevención de la violencia	Mujeres de Calderón (estudio de caso), comunicadores/as, profesores/as, periodistas familiares y amigos/as

**Elaboración:** Propia

La frecuencia con la que los encuentros y talleres se llevarán a cabo es una vez al mes, y cada encuentro tendrá una duración de una hora u hora y media. Esta planificación está basada en información que las mujeres de Calderón (estudio de caso) principalmente proporcionaron en las entrevistas, ya que, a 11 de ellas les gustaría asistir a reuniones para hablar sobre el tema de la violencia hacia las mujeres, y a 4 les gustaría reunirse una vez por semana.

Con respecto a lugar donde reunirse mencionaron varios, por ejemplo: 8 de las mujeres ofrecen sus casas, 3 propusieron las casas comunales de los conjuntos donde viven, 1 ofreció gestionar la casa comunal del barrio. Dada la situación de la pandemia no ven problema en reunirse a través de plataformas virtuales, pero 10 de ellas mencionan que si les dan a escoger preferirían reunirse físicamente.

Es importante mencionar que para las 15 mujeres el tema de apoyo emocional es fundamental para las mujeres, para 8 de ellas el apoyo psicológico es primordial.

El interés que tienen por informarse y aprender sobre el tema de la violencia, derechos, es evidente en las 15 participantes y la razón que dan a este interés es que es para saber cómo ayudar y orientar a las otras personas, en especial a sus hijas y amigas.

Adicional a estos ejes de acciones se plantea líneas estratégicas de intervención, que facilitarán realizar acciones en común para sensibilizar a los/las participantes y generar el cambio.

Las líneas estratégicas de intervención se trabajan de forma paralela con los ejes de acción, con lo cual, se complementa el proceso de transformación personal, social y conversacional.

## 2.7.2. Líneas estrategia de intervención

Gráfico 39  
Líneas de intervención

Componentes Familiares	Componentes de la estrategia de comunicación
1. Reproducción de representaciones de género	<p><b>Objetivo:</b> promover otros tipos de representaciones que promuevan el respeto a los derechos humanos, la libertad y la igualdad de oportunidades</p> <p><b>Grupo meta:</b> madres, padres</p> <p><b>Actividad:</b> crear en conjunto otras representaciones y difundir en los medios más utilizados y preferidos por el grupo meta</p> <p><b>Frecuencia:</b> una vez por semana, durante 1 mes</p> <p><b>Medios:</b> Facebook y WhatsApp<sup>12</sup></p>
2. Prácticas machistas	<p><b>Objetivo:</b> motivar prácticas que no discriminen a las mujeres y que promuevan la igualdad de oportunidades</p> <p><b>Grupo meta:</b> madres, padres</p> <p><b>Actividad:</b> Enviar información sobre derechos humanos y derechos de las mujeres</p> <p><b>Frecuencia:</b> una vez por semana, durante 1 mes</p> <p><b>Medios:</b> Facebook y WhatsApp</p>
3. Se establecen relaciones desiguales	<p><b>Objetivo:</b> promover otro tipo de relaciones, basadas en el respeto y la igualdad</p> <p><b>Grupo meta:</b> madres, padres</p> <p><b>Actividad:</b> Enviar información sobre inteligencia emocional, relaciones sanas, relaciones no jerárquicas, igualdad entre hombres y mujeres</p> <p><b>Frecuencia:</b> una vez por semana, durante 1 mes</p> <p><b>Medios:</b> Facebook y WhatsApp</p>
4. Legítima la violencia hacia las mujeres	<p><b>Objetivo:</b> identificar y rechazar todo tipo de violencia, especialmente hacia las mujeres</p> <p><b>Grupo meta:</b> madres, padres</p>

<sup>12</sup> Los medios que constan en esta matriz responden al estudio de campo, donde se utilizó herramientas como el test de modos y formas de comunicación, test de modos, formas y espacios de comunicación. En los anexos se puede observar las matrices con toda la información.

	<p><b>Actividad:</b> Enviar información sobre perspectiva de género y teorías feministas</p> <p><b>Frecuencia:</b> una vez por semana, durante 1 mes</p> <p><b>Medios:</b> Facebook y WhatsApp</p>
--	--

**Elaboración:** Propia

Durante 4 meses se enviará información que aborda los cuatro componentes familiares, por cada componente se plantea un mes para realizar las actividades. También, se planifica una reunión al final de cada mes para dialogar sobre los temas que se han tratado durante las cuatro semanas y buscar acuerdos y/o consensos para ir asumiendo y desarrollando nuevas prácticas y relaciones diferentes. Para realizar las reuniones de preferencia serán presenciales, pero mientras dure la pandemia se utilizará plataformas virtuales, y durarán un estimado una hora.

En el ámbito familiar se identificó a las madres y los padres como las personas importantes e influyentes. Por esta razón y pensando en la complejidad de la familia también se consideró al padre en el proceso de sensibilización, prevención y cambio.

A las participantes en una de las entrevistas se les preguntó: ¿Qué esperas que se logre con esta investigación?, algunas de las respuestas fueron: “Que se ponga en práctica lo que saquen de conclusiones”, “Que se haga algo”, “Que ya no haya violencia de género”, “Que la gente entienda”, “Que las mujeres tengan conocimientos de sus derechos”, “Que aunque una mujer este casada no debe dejarse maltratar”, “Que haya 50 % menos de maltrato hacia la mujer”, “Que se bajen los índices de violencia en la sociedad”, “Concientizar a la gente”, “Que se oriente a la gente”, “Sería bueno aprender y conocer para ayudar a otras personas” (2020, entrevistas personales).

Con este interés, 10 de las mujeres (estudio de caso) se comprometieron a participar en todo el proceso de aplicación de la estrategia, 5 lo harán, pero esporádicamente. Lo que solicitan es que se considere el tema del tiempo, ya que, por el trabajo fuera de casa en ocasiones se les complicaría, pero si les interesa y quieren participar. Es importante mencionar que 5 de las mujeres estaban agradecidas de ser tomadas en cuenta.

Con las otras personas relevantes, 3 comunicadores/as, 2 periodistas, 4 profesores/as, se conversó sobre la estrategia y se comprometieron a participación en las

reuniones de forma esporádica, ya que, por motivos de trabajo se les complica. Mostraron interés en las actividades propuestas en las líneas de intervención, y solicitaron que se les envíe la información que consta en las actividades.

La estrategia comunicacional está concebida desde la complejidad y lo fluido, paradigmas que utiliza la teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva y que permiten entender y analizar el problema es su multidimensionalidad.

En este nuevo modelo los interlocutores ya no son Emisor/Receptor sino actores de un proceso que se va construyendo como una red conversacional en donde todos pueden expresarse, escucharse, propone un tipo de relación diferente con las personas y comunidades ya que parte de reconocer que todos tenemos conocimientos que deben ser respetados y valorados y lo más interesante es que permite poner en duda, reflexionar, revisar las propias creencias, lógicas y motivaciones, alejándose de los modelos dogmáticos. (Massoni 2011, 161)

Se utiliza varias dimensiones de la comunicación para abordar y plantear las acciones, con lo cual se espera sensibilizar, prevenir la violencia hacia las mujeres, además, se busca poner en común y dialogar sobre la situación de las mujeres en la sociedad, sus experiencias diarias, esta interacción provocará la construcción de nuevas acciones y sentidos compartidos que desafíen y desestabilicen al sistema patriarcal.

En la estrategia comunicacional se considera a la dimensión informativa muy importante y necesaria, sin embargo, también se da prioridad a las dimensiones: interaccional, ideológica, y sobre todo a la dimensión del encuentro sociocultural, ya que: “Corresponde al campo de la comunicación como articulación social, como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos. [...] Aborda a la comunicación como encuentro: espacio y momento de construcción de la dinámica social, la cotidianidad de la producción de sentido” (Massoni 2013, 64).

Es una estrategia a corto, medio y largo plazo, se entiende que el problema de la violencia de género tiene varias aristas y componentes, que necesitan el interés social, otros recursos e instituciones sociales y políticas para trabajar en conjunto y transformar el sistema. Desde la comunicación se aporta para ir tejiendo nuevos lazos, vínculos, que con el tiempo articularán y posibilitarán cambios en las personas, sus relaciones y sus entornos, porque se entiende que la acción colectiva provoca nuevas realidades y oportunidades. En

el camino la intención es seguir sumando apoyo de otras personas, generar otros espacios de encuentro que amplifiquen el cambio.

En cada encuentro, taller, diálogo, con las personas se va ir creando nuevos vínculos, en la interrelación con sus saberes y experiencias se va a ir construyendo nuevas maneras de ser y estar en su cotidianidad. Se convertirán en personas y en un colectivo de acción que luchan por visibilizar y cambiar el sistema dominante y de subordinación en el que viven ellas y todas las mujeres en el Ecuador.

Las marcas de racionalidad comunicacional que están presentes en la estrategia son: “heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad no dualista, intersubjetividad (Massoni 2013, 65)”.

Es una estrategia flexible, abierta a cambios y mejoras que pueden darse en el camino, ya que, al estar en un mundo fluido hay que estar listos para adaptarse y enfrentar la contingencia, lo cual, permitirá seguir adelante y lograr los objetivos. Los alcances y limitaciones que puede tener la estrategia se irán superando en su ejecución. Los ejes de acción y las líneas de intervención están basadas en los intereses, necesidades, expectativas y emociones de las 15 mujeres de Calderón y las/los otros participantes. La estrategia es una alternativa posible y viable para lograr el cambio sociocultural y comunicacional. Las acciones, actividades, talleres, reuniones, charlas y encuentros fomentan el desaprender las ideas y conceptos patriarcales que desde pequeñas/os se han aprendido en el entorno social, educativo y familiar, promueven el liberarse de esos significados y generar nuevos procesos cognitivos con nuevas construcciones sociales basadas en la igualdad.

Desde la comunicación estratégica se trata de crear un mundo nuevo de sentidos, con valores que permitan a los hombres y a las mujeres ser libres, relacionarse a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios. El trabajo con las mujeres de Calderón demuestra que hay un objetivo común y este es lograr una sociedad plural y diversa, en la cual todas las personas pueden ejercer y gozar de los mismos derechos y libertades. Quieren vivir y que sus hijos e hijas vivan en un mundo justo, con igualdad de oportunidades para todas y todos.



## Recomendaciones

Las experiencias de cada una de las 15 mujeres evidencian que en los diferentes barrios y sectores de Calderón circulan en la cotidianidad representaciones de género y discursos machistas que reproducen y legitiman la violencia hacia ellas, esto perjudica su bienestar y perpetua las relaciones de poder que las condena a vivir en la desigualdad, la subordinación, lo que impide que disfruten de sus derechos y libertades. Por esta razón, fue necesario una propuesta de comunicación estratégica para poner en común sus experiencias y sentimientos porque son puntos de encuentro que permiten una reflexión colectiva que genera concientización de su situación, sensibilización y empatía, con el fin de plantear y ejecutar acciones que posibiliten crear nuevos significados y sentidos, otras formas de relacionarse, en donde el respeto, la igualdad, los derechos y libertades sean las guías que les permita vivir en su cotidianidad con dignidad y libres de todo tipo de violencia.

Con el análisis crítico se pudo identificar y conocer los factores, mecanismos, estrategias, estructuras socioculturales y los significados que el sistema patriarcal ha utilizado durante siglos para legitimar la violencia hacia las mujeres. Las experiencias de las 15 mujeres visibilizan un orden social basado en la diferencia sexual que beneficia a los hombres de sus entornos cercanos (personales y laborales) y las pone en desventaja.

En la investigación también se pudo observar que las representaciones de género con las que interactúan en la cotidianidad las 15 mujeres de Calderón ocultan relaciones de poder patriarcal. Estas representaciones de género responden a un sistema simbólico masculino, con una lógica de dominación y poder, que impone significados negativos y de inferioridad a lo que es ser mujeres y a lo femenino, y a la vez las impone como legítimas, ocultando las relaciones desiguales, la discriminación y la violencia que sufren.

En sus entornos personales y laborales se reproducen un régimen de normas y valores donde su independencia o autonomía no es aceptada, ni valorada. Lo que se legitima es la sumisión, el sacrificio, la entrega, el amor y el cuidado hacia los demás, como constituyentes *naturales* de ser mujeres. Un ejemplo de esto es la imagen de las mujeres como exclusivamente *madres*, lo que las ubica en el espacio privado, lo cual, limita su derecho a acceder a un trabajo remunerado con beneficios sociales que le genera

independencia sobre todo económica. Como se pudo evidenciar en las experiencias de las 15 mujeres, por el hecho de ser madres no puede ascender en el trabajo, acceder a capacitaciones o viajar, cuando han preguntado el por qué las repuestas son: “Porque eres mamá y no vas a tener suficiente tiempo” (2020, jefe de recursos humanos), “Quien va a cuidar a tus hijos” (2020, jefe de una de las 15 mujeres). Esta es una estrategia del sistema patriarcal para conservar la división sexual del trabajo, que a su vez distribuye el espacio social, ubicando a las mujeres en el espacio privado, con lo cual, se obstaculiza su participación en el espacio público, se les impide salir de ese lugar que se les han asignado (históricamente). Esta construcción social de la diferencia sexual es un mecanismo que borra las huellas de su proceso de elaboración patriarcal y las dota de apariencia natural y propia de cada género-sexo. En la diferencia sexual se establece el poder de legitimación del sistema de dominación masculina hacia las mujeres. Es necesario mencionar que, todo sistema de superioridad, autoridad y poder requiere de la violencia y el dolor para mantenerse y reproducir sus privilegios.

Otra estrategia que utiliza el patriarcado es desvalorizar a las mujeres, a sus funciones, tareas, capacidades, saberes, pensamientos, de esta forma las mantiene en un estado de inferioridad, lo que posibilita se las excluya de espacios de poder en la sociedad. Como se pudo observar en las experiencias de todas las mujeres con las que se trabajó que en sus lugares de trabajo sus compañeros hombres cuestionan su trabajo, en las reuniones de trabajo las interrumpen cuando están hablando, también, les restan importancia a sus opiniones, la participación que tienen comparada con la de sus compañeros es mínima y en presencia del jefe con sus comentarios siempre tratan de hacerlas quedar mal, 10 mujeres se sienten invisibilizadas por sus compañeros en la actualidad y para las 5 esto lo sintieron en algún momento de sus vidas.

La presunción de superioridad de los hombres y la inferioridad de las mujeres ha generado conductas y actitudes discriminatorias. La posición de poder que tienen los hombres les permite recurrir a ciertas prácticas autoritarias con el fin de crear miedo y silencio que progresivamente se van intensificando hasta ejercer la violencia en todas sus formas hacia las mujeres. La violencia es un mecanismo fundamental para mantenerlas en su posición de subordinadas. Es donde se expresa y se exhibe el poder masculino, la finalidad de ejercer la violencia hacia las mujeres es mostrar que tienes autoridad y control

sobre ellas, desconociendo y anulando el goce y ejercicio de sus derechos. Se puede evidenciar también, que las 15 mujeres realizan el doble de trabajo, ya que, todas trabajan fuera de la casa, pero son las únicas responsables de las tareas del hogar y el cuidado de sus hijos/hijas, lo cual resulta agotador para sus vidas y reduce las oportunidades de superación académica o laboral. “Si pasa algo con mi hija solo me llaman a mí, nunca le llaman al papá”<sup>13</sup>, “A mí me ha tocado salir del trabajo varias veces porque en la escuela paso algo con mi hijo”, “La respuesta de mi esposo es, estoy trabajando no puedo salir, y yo le digo yo también trabajo, pero a la final siempre soy yo la que deja el trabajo y va a ver que paso con mis hijos” (2020, entrevistas personales). Estas situaciones visibilizan las estructuras y la organización social basada en roles de género y la explotación en que viven las mujeres de Calderón.

El patriarcado utiliza mecanismos sutiles para ocultar, negar y proteger los intereses políticos, económicos, sociales e ideológicos, que en definitiva buscan controlar a las mujeres para obtener grandes beneficios y mantener el sistema de privilegios en el que viven los hombres históricamente. En las representaciones de género se esconden los intereses del sistema patriarcal, a través de ellas se ejerce *el poder masculino*, pero para que se lo acepte y adopte se lo muestra como algo natural y normal, no se lo muestra ni ve arbitrario, esa falsa percepción de normalidad y creer que en las imágenes no hay ningún interés lo hacen legitimarse. Este mecanismo de ocultamiento y de normalidad contribuye a que se reproduzca un orden social patriarcal, que no sólo afecta la salud y la vida de las 15 mujeres, perjudica también a todos hombres y mujeres de la sociedad.

No se puede seguir ocultando y reproduciendo el sistema dominante y violento en el que vive las mujeres. Hay que visibilizar los mecanismos y estrategias que utiliza el patriarcado para justificar, normalizar, aceptar e interiorizar determinados roles y comportamientos según el género/sexo. Además, es necesario hacer visibles las relaciones de opresión y dominación que están presentes en la cotidianidad de cada una de las mujeres, que son las que generan injusticia, desigual y violencia.

Desestabilizar y dismantelar los discursos y representaciones patriarcales es un primer paso para desafiar y derrocar al dominio patriarcal, hay que plantear alternativas

---

<sup>13</sup> De aquí en adelante, todos los textos entre comillas corresponden a los testimonios y opiniones de las 15 mujeres de Calderón, pero de forma individual.

para superar la desigualdad. Desde la comunicación estratégica se trata de crear nuevas construcciones de sentido en las que hombres y mujeres sean libres, se relacionen a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios, logrando así una sociedad en la cual todas las personas pueden ejercer y gozar de los mismos derechos.

La investigación revela la falta y la necesidad urgente de una educación formal y no formal con perspectiva de género. Comentarios como: “Me gustaría entender el motivo del maltrato”, “Es que nos siguen inculcando el machismo”, “Creo que al ser mamá es importante que sepa que es un abuso, que sepa que eso no está bien, para poder hablar con mis hijas y mis amigas”, “Nos enseñan a aceptar y callar el maltrato”, “En las escuelas y colegios deberían enseñarnos sobre la violencia de género” (2020, entrevistas personales). El trabajo con las 15 mujeres de Calderón fue valioso y muy útil para elaborar la estrategia comunicacional que fomenta una transformación en las relaciones y la percepción del significado social de la diferencia sexual, para construir nuevas representaciones basadas en la igualdad.

Estas mujeres y movimientos feministas seguirán resistiendo y luchando por cambiar la situación de discriminación y violencia en la que viven ellas y otras mujeres, para construir un orden social y cultural basado en la igualdad y justicia, que reconozca a cada uno de sus miembros como personas con los mismos derechos, que respete la diversidad, los derechos humanos y libertades fundamentales. “Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. [...] Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna” (ONU 1948).

La teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva deja ver los procesos, los vínculos, las relaciones intersubjetivas y dinámicas socioculturales que existen en las mujeres de los diferentes sectores y barrios de Calderón. Sus técnicas y herramientas conceptuales permitieron abordar la problemática de la violencia de género en su complejidad. Lo que facilitó trabajar colectivamente con la diversidad de actores vinculados a la problemática y crear la estrategia comunicacional. Esto se logró en varios encuentros y diálogos, el compartir y las experiencias fue lo que nutrió toda la investigación y las acciones planteadas fomentan y favorecen nuevos procesos que desmontan patrones machistas y discriminatorios contra las mujeres de Calderón.

## Lista de referencias

- Barbero, Jesús Martín. 1983. *Comunicación popular y los modelos trasnacionales*. Quito: CIESPAL.
- Barbero, Jesús Martín. 2002. *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Beauvoir, Simone de. 1990. *El segundo sexo*. 2.<sup>a</sup> ed. México: Alianza Siglo XX.
- Benhabib, Seyla, y Drucilla Cornell. 1990. *Teoría feminista y teoría crítica: Ensayos sobre la política de género en las sociedades de capitalismo tardío*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim.
- Boix, Montserrat. 2001. "La comunicación como aliada: Tejiendo redes de mujeres". [http://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/Tejiendo\\_redes\\_de\\_mujeres.pdf](http://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/Tejiendo_redes_de_mujeres.pdf).
- Blazquez, Graf, Norma Flores, Ríos Maribel, Sandra Harding, Eli Bartra y Lourdes Fernández. 2012. *Investigación feminista: Epistemología, metodología y representaciones sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bernárdez, Asunción. 2009. "Representaciones de lo femenino en la publicidad. Muñecas y mujeres: entre la materia artificial y la carne". Cuadernos de Información y Comunicación. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93512977016.pdf>.
- Bourdieu, Pierre. 2000 "La dominación masculina". Anagrama, Barcelona. <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>.
- Casado, Elena. 2007. *La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- CEDAW. 1981. "Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer". <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>.
- Chaher, Sandra, Lilian Celiberti, María Cidón, Sandra López y Aimée Vega. 2016. *Políticas públicas de comunicación y género de América Latina: Entre andares y retrocesos*. Buenos Aires: Defensoría del Público .3

- Colas, Pilar. 2007. “La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes”.
- <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BKksTpiaN80J:https://revistas.um.es/rie/article/download/96421/92631/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>.
- Comisión Ecuménica de Derechos Humanos. 2019. “Femicidios, en Ecuador la violencia contra las mujeres no para”. <http://www.cedhu.org/noticias/boletines/221-femicidios-en-ecuador-la-violencia-contra-las-mujeres-no-para>.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género. 2014. “La violencia de género contra las mujeres en el Ecuador: Análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres”. [https://oig.cepal.org/sites/default/files/violencia\\_de\\_gnero\\_ecuador.pdf](https://oig.cepal.org/sites/default/files/violencia_de_gnero_ecuador.pdf).
- Cuétara, María Covadonga. 2008. “La transformación de las representaciones de género en la educación superior”. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65411190008.pdf>.
- EC Fiscalía General del Estado. 2019. “Boletín Criminológico de Estadística Delictual Femicidio”. <https://www.fiscalia.gob.ec/pdf/politica-criminal/Boletin-Criminologico-de-Estadistica-Delictual-Femicidio.pdf>.
- Farr, Robert. 1986. *Las representaciones sociales*. Barcelona: Paidós.
- Federici, Silvia. 2013. *Calibán y la bruja: Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. México: Pez en el árbol.
- . 2020. *Reencantar el mundo, El Feminismo y la Política de los comunes*. España: Traficantes de Sueños.
- Ferreira, Cynthia, Karina García, Leandra Macías Leiva, Alba Pérez Avellaneda, y Carlos Tomsich. 2013. *Mujeres y hombres del Ecuador en cifras III: Serie información estratégica*. Quito: Editorial Ecuador.
- Fraser, Nancy, y Axel Honneth. 2008. *¿Redistribución o reconocimiento?: Un debate filosófico*. España: Morata.
- INEC. 2011. “Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres”. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/sitio\\_violencia/presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/sitio_violencia/presentacion.pdf)

- INEC. 2019. “Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres”. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Violencia\\_de\\_genero\\_2019/Principales%20resultados%20ENVIGMU%202019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Violencia_de_genero_2019/Principales%20resultados%20ENVIGMU%202019.pdf).
- Inter-Parliamentary Union. 2016. “Sexism, Harassment and Violence against Women Parliamentarians”. doi:10.1163/2210-7975\_HRD-1021-2016006.
- Kilbourne, Jean. 2010. "Killing Us Softly 4". Video de YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=jWKXit\\_3rpQ](https://www.youtube.com/watch?v=jWKXit_3rpQ).
- Lagarde, Marcela. 2005. *Los cautiverios de las mujeres: madres, esposas, monjas, putas, presas y locas*. México: UNAM.
- Lamas, Marta. 1999. “Género, diferencias de sexo y diferencia sexual I”. [https://seminarioatap.files.wordpress.com/2013/02/ma\\_genero.pdf](https://seminarioatap.files.wordpress.com/2013/02/ma_genero.pdf).
- Lomas, Carlos. 2003. *¿Todos los hombres son iguales?: Identidades masculinas y cambios sociales*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Madrid, Dimitri. 2007. *Re-leer la razón para descentrar los saberes desde la tierra del sol recto*. Quito: Colección Ensayos.
- Massoni, Sandra. 2002. *Estrategias de comunicación: Una mirada comunicacional para la investigación sociocultural en Recepción y mediaciones*. Buenos Aires: Norma.
- . 2007. *Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Santa Fe: Homo Sapiens Ediciones.
- . 2011. *Comunicación estratégica: Comunicación para la innovación*. Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- . 2013. *Metodologías de la comunicación estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural*. Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- . 2016. *Avatares del comunicador complejo y fluido: Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito: CIESPAL.
- . 2019. “Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana”. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4074/3227>.
- Moscovici, Serge. 1979. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

- Morera, Coral. 2014. "Mujer, violencia y cine: La agresión masculina como estrategia narrativa". <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744532008.pdf>.
- Morin, Edgar. 1994. *Epistemología de la complejidad*. En: D. Fried Schnitman. Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad. Buenos Aires: Paidós.
- Morin, Edgar. 2008. *Introducción al pensamiento complejo*. Buenos Aires: Gedisa.
- Mulvey, Laura. 1988. *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Centro de Semiótica y Teoría de Espectáculo.
- OEA. 1994. "Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la mujer Convención de Belém do Pará". <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>.
- OMS. 2013. "Informe de la OMS destaca que la violencia contra la mujer es: Un problema de salud global de proporciones epidémicas". [https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2013/violence\\_against\\_women\\_20130620/es/](https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2013/violence_against_women_20130620/es/).
- ONU. 1948. "Derechos humanos". <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/human-rights/index.html>.
- ONU MUJERES. 2010. "Definición de la violencia contra las mujeres y niñas". <https://www.endvawnow.org/es/articles/295-definicion-de-la-violencia-contra-las-mujeres-y-ninas-.html>.
- OPS. 2013. "Salud y derechos humanos". [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_docman&view=list&slug=salud-derechos-humanos-1304&Itemid=270&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&view=list&slug=salud-derechos-humanos-1304&Itemid=270&lang=es)
- Pateman, Carole. 2008. *El contrato sexual*. México: Anthropos.
- Pérez, Rafael Alberto. 2012. *Pensar la estrategia: Otra perspectiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Peña, Wilmar. 2009. "La Violencia Simbólica Como Reproducción Biopolítica Del Poder". *Revista Latinoamericana de Bioética* 9. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=127020306005>.
- Plaza, Marta. 2007. "Sobre el concepto de "violencia de género". *Violencia simbólica, lenguaje, representación*". *Revista Extravía*. <https://core.ac.uk/download/pdf/71012893.pdf>



- Prigogine, Dora, y Fried Schnitman. 2005. *Encuentro Interdisciplinario Internacional Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Buenos Aires: Paidós.
- Rodríguez, Clemencia. 2009. “De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término”. *Folios: revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia*.  
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982/1031>.
- Romero, Daniel. 2017. “49 303 casos atendidos por violencia de género, en Quito”. *El Comercio*, septiembre 23.  
<https://www.elcomercio.com/tendencias/violenciadegenero-quito-mujeres-denuncias-municipio.html>
- Segato, Rita. 2016. “La guerra contra las mujeres”.  
[https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/map45\\_segato\\_web.pdf](https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/map45_segato_web.pdf).
- Scott, Joan Wallach. 1996. “El género: una categoría útil para el análisis histórico”.  
[https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El\\_Genero\\_Una\\_Categoria\\_Util\\_para\\_el\\_Analisis\\_Historico.pdf](https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El_Genero_Una_Categoria_Util_para_el_Analisis_Historico.pdf).
- Swartz, David. 1997. *Culture and Power. The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.
- UNICEF. 2017. “A Familiar Face: Violence in the Lives of Children and Adolescents”.  
<https://data.unicef.org/resources/a-familiar-face>.
- UNODC. 2018. “Global Study On Homicide Gender related killing of women and girls”.  
[https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/GSH2018/GSH18\\_Gender-related\\_killing\\_of\\_women\\_and\\_girls.pdf](https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/GSH2018/GSH18_Gender-related_killing_of_women_and_girls.pdf).
- UN Women, y Promundu. 2017. "Understanding Masculinities: Results for the International Men and Gender Equality Suvey (IMAGES) Middle East and North Africa.  
<https://imagesmena.org/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/IMAGES-MENA-Multi-Country-Report-EN-16May2017-web.pdf>.
- Valera, Nuria. 2019. " La violencia de género no es un problema de mujeres, pone en cuestión la propia democracia". <http://www.femicadiz.com/articulo/entrevista/nuria-varela-violencia-genero-es-problema-mujeres-pone-cuestion-propia-democracia/20190715190844000865.html>.



## Anexos

### Anexo 1: Diseño de la encuesta

#### ENCUESTA

Por favor, responder con la mayor sinceridad posible.

Contexto social

Edad:

Profesión:

Trabajo:

Lugar de residencia:

1. Seleccione las aplicaciones que más utiliza para comunicarse con sus amigos y familia (puede señalar más de una)

WhatsApp

Messenger

Telegram

Plataformas virtuales (mencione cual)

Otros (mencione cual)

2. Seleccione los medios de comunicación y/o aplicaciones por los cuales recibe información (cualquier tipo), publicidad, ve noticias o se entretiene.

Periódicos

Revistas

Radio

TV

Computadora con internet

Celular

Facebook

Twitter

WhatsApp

Correo electrónico

Otros (mencione cual)

3. Mencione 5 medios y/o aplicaciones preferidas

---

---

---

---

---

4. Para que utiliza los medios de comunicación y/o aplicaciones preferidas

Informase

Ver noticias

Conversar con sus amigos o familia

Otro motivo (mencione cual)

5. Mencione 3 medios de comunicación y/o aplicaciones a través de cuales le gustaría recibir información (cualquier tipo)

---

---

---

Gracias por tus respuestas y su tiempo.

## **Anexo 2: Banco de preguntas**

### Conocimientos:

1. ¿Sabes qué significa la violencia de género?

SI

NO

Puedes decir un ejemplo:

2. ¿Crees tú que existe violencia de género en el Ecuador?

SI

NO

3. ¿En qué medios has escuchado hablar sobre la violencia de género?

4. ¿Conoces instituciones u organizaciones que brinden ayuda en casos de violencia hacia las mujeres?

SI

NO

¿Alguna en particular? .....

5. ¿Conoces los tipos de violencia de género?

SI

No

¿puedes mencionar

alguno?.....

6. ¿Crees que en la sociedad se debería hablar sobre la violencia de género?

SI

NO

¿Por qué?

7. ¿Cuáles crees tú que son razones por las que ocurre la violencia de género?

-----

8. Para hablar sobre violencia de género, en qué orden de importancia colocarías a estas personas. 1 (más importante) al 3 (menos importante)

Comunicadores y periodistas .....

Madres y padres .....

Profesores y profesoras .....

9. ¿Quiénes creen que reproducen más la violencia?

Comunicadores y periodistas .....

Madres y padres .....

Profesores y profesoras .....

Actitudes:

10. ¿Cuán importante es para ti hablar sobre violencia de género?

Alto

Medio

Bajo

¿Por qué?

Sentimientos:

11. ¿Te sientes identificada con el tema de violencia de género?

SI

NO

¿Por qué?

12. ¿Cuándo escuchas alguna noticia sobre violencia de género o te cuenta alguien que sufrió violencia que sientes?

13. ¿Qué crees que necesitan las mujeres que sufren de violencia?

Prácticas:

14. ¿Te interesaría recibir información sobre derechos de las mujeres y sobre cómo prevenir la violencia?

SI

NO

¿Con qué frecuencia?

15. ¿Si te invitan a reuniones para hablar sobre violencia de género irías?

SI

NO

¿Con qué frecuencia?

Esperanzas:

16. ¿Cuál crees que es el lugar más importante para hablar sobre violencia de género? 1 (más importante) al 4 (menos importante)

Escuela o colegio.....

Casa .....

Universidades.....

Junta parroquial donde vives .....

17. ¿Qué actividades crees que pueden ayudar para disminuir la violencia de género?

-----

18. ¿Te gustaría tener mayor conocimiento sobre los derechos de las mujeres?

SI

NO

¿Por qué?

19. ¿Qué esperas que se logre con esta investigación?

-----

20. Como ves tú la violencia de genero hoy

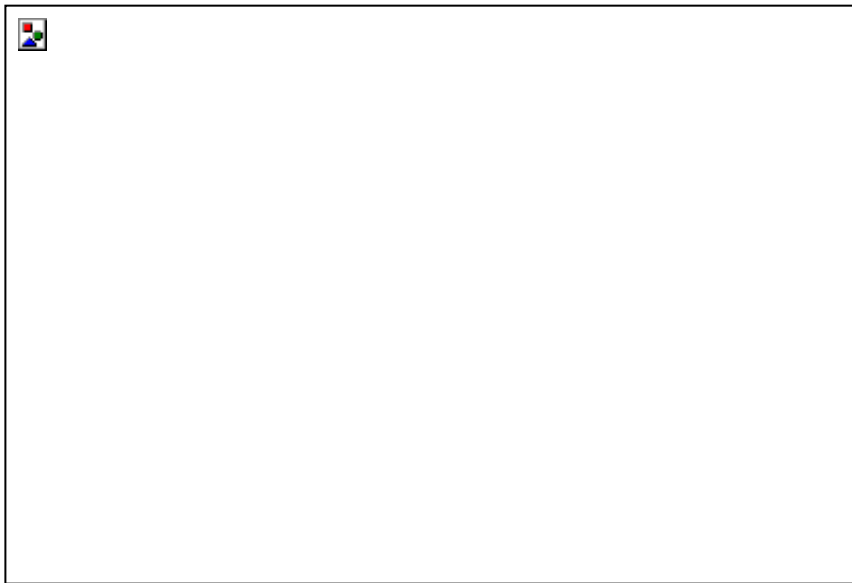
Como ves la violencia de genero hace 20 años

Como ves la violencia de género dentro de 20 años

Cuales serían tus deseos o sueños con respecto a la violencia de género


### **Anexo 3: Gráfico nombre de barrios y sectores de Calderón**

**En el siguiente cuadro se muestran los nombres de los barrios y sectores en el que viven las participantes**



**Anexo 4. Versión técnica comunicacional detallada / Niveles del problema por componente de la VTC**



**Versión técnica comunicacional detallada**

	<table border="1"><tr><td data-bbox="874 306 1385 386"><b>Componentes comunicacionales</b></td></tr><tr><td data-bbox="874 386 1385 1688"></td></tr></table>	<b>Componentes comunicacionales</b>	
<b>Componentes comunicacionales</b>			

**Elaboración:** Propia



**Versión técnica comunicacional detallada**

	
---	---

**Elaboración:** Propia

**Anexo 5: Información otros actores/as: comunicadoras, comunicadores, periodistas, profesoras, profesores.**

<b>COMUNICADORAS /COMUNICADORES</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Sector donde vive</b>	<b>Edad</b>	<b>Lugar de trabajo</b>
Camila V.	Valle de los chillos	35	ONG
Sofía Z.	Solca	38	Productora Audiovisual
María del Carmen B.	Carcelén	40	Empresa privada / Canal
Estefanía A.	Kennedy	30	Institución Pública / Periódico
Fernanda P.	El Recreo	28	Empresa privada / Canal
Andrés T.	La Ecuatoriana	35	Independiente
Santiago R.	San Juan	45	Institución Pública / Radio
David S.	La Napo	27	Medio digital / periódico – radio

**Elaboración:** Propia

<b>PERIODISTAS</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Sector donde vive</b>	<b>Edad</b>	<b>Lugar de trabajo</b>
Meche D.	Conocoto	30	Empresa privada / periódico
Andrea R.	Valle de los chillos	35	Institución Pública / Radio
Verónica G.	Carapungo	39	Empresa privada / periódico
Soledad R.	Centro de Quito	41	Independiente
Fausto C.	Pio XII	27	Medio digital / Noticiero
Gonzalo L.	La Forestal	29	Radio digital / Noticiero
Roberto T.	El Inca	32	Institución Pública

**Elaboración:** Propia

<b>PROFESORAS /PROFESORES</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Sector donde vive</b>	<b>Edad</b>	<b>Lugar de trabajo</b>
Margarita L.	Llano chico	38	Institución Pública
Lupita M.	Carapungo	41	Institución Privada
Carmen G.	4 Esquinas/ Calderón	40	Institución Pública
Estelita B.	Cotocollao	43	Institución Municipal
Victoria F.	Zabala	33	Institución Privada
Rita P.	Oyacoto	35	Institución Pública
Nancy C.	Calderón	45	Institución Pública
Sonia N.	Carcelén	31	Institución Municipal
Pilar A.	Llano Grande	29	Institución Privada
Richard D.	San Juan	40	Institución Privada
Xavier T.	Valle de los chillos	39	Institución Privada
Wilo A.	San Juan / Calderón	45	Institución Pública
Diego P.	Pueblo Blanco / Calderón	37	Institución Privada
Néstor S.	Marianas de Calderón	35	Institución Pública
Alex C.	Centro Histórico	41	Institución Municipal

**Elaboración:** Propia

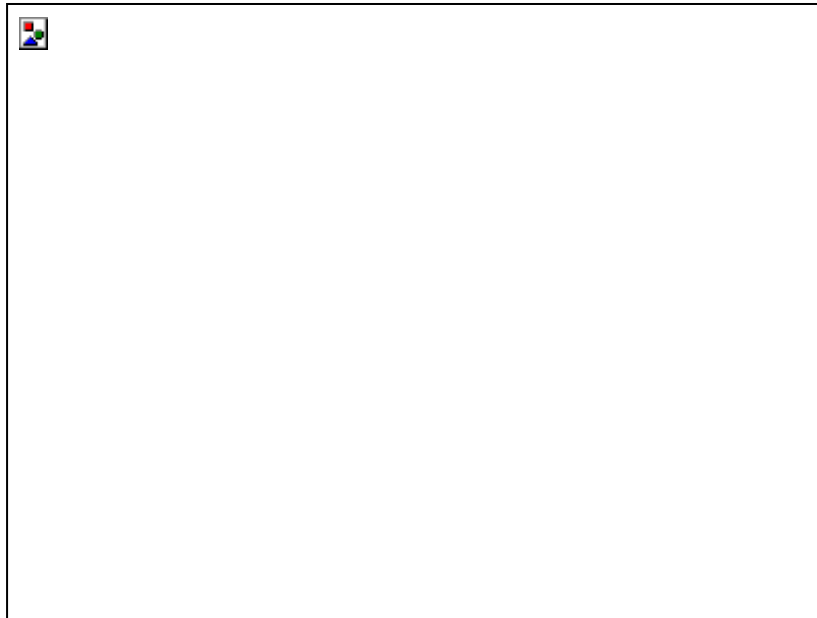
**Anexo 6. Se presenta los resultados del trabajo de campo**

**Matrices Las/los que reproducen**

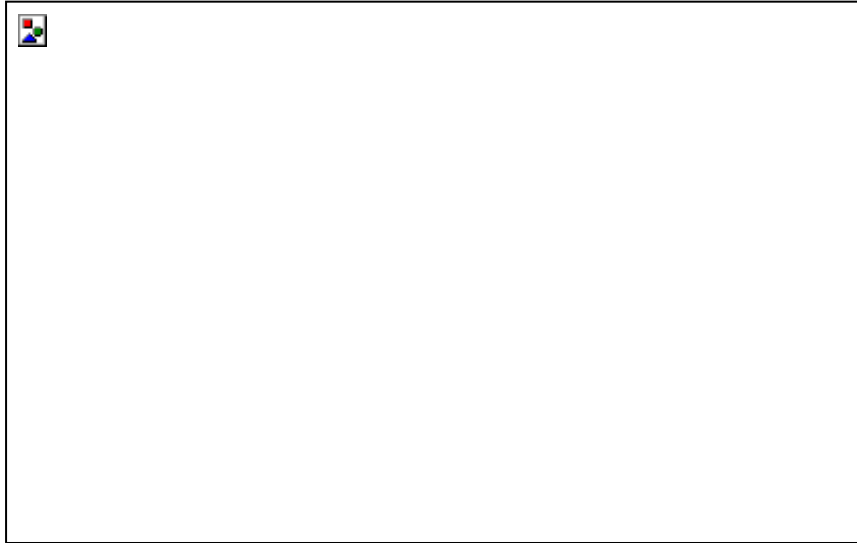
**Test modos, formas y espacios de comunicación**



<b>Matriz las/los que reproducen</b>	
<b>Espacios de comunicación mencionados</b>	
<b>Televisión /noticieros</b>	Televistazo, 24 horas
<b>Redes sociales</b>	Facebook, Instagram
<b>Aplicaciones</b>	WhatsApp
<b>Correo electrónico</b>	Hotmail, Gmail, Correo institucional

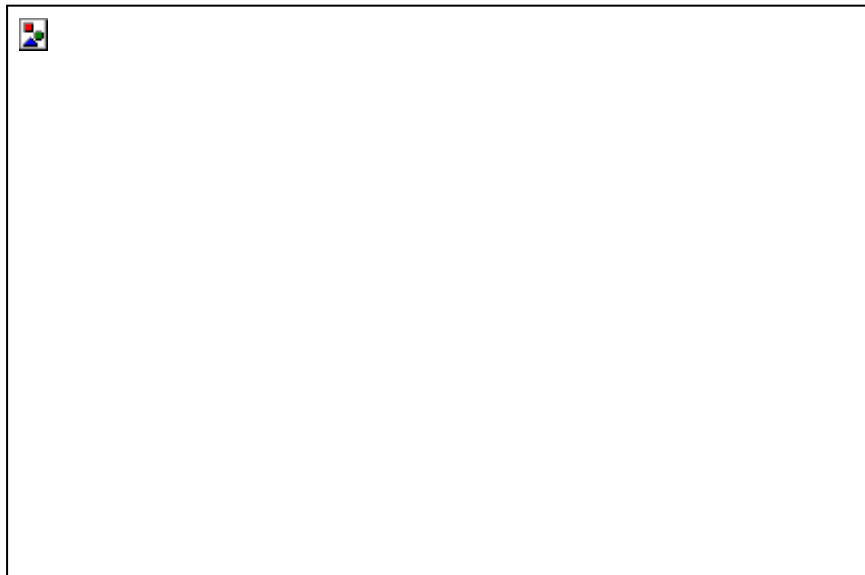


**Test de transposición temporal: relevar la conceptualización sobre la problemática**



### Matrices Las/los que comunican

#### Modos y formas de comunicación

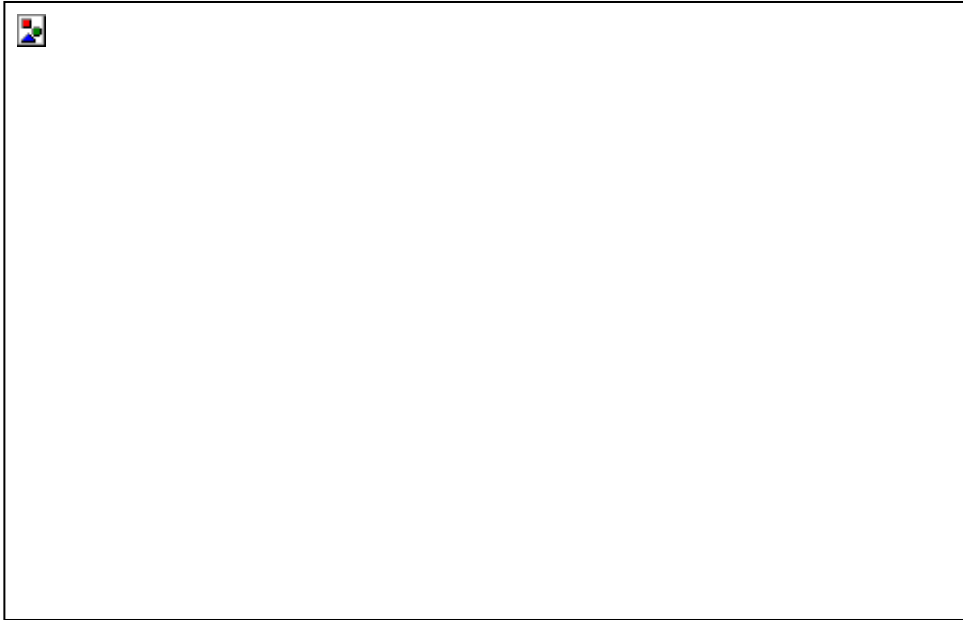


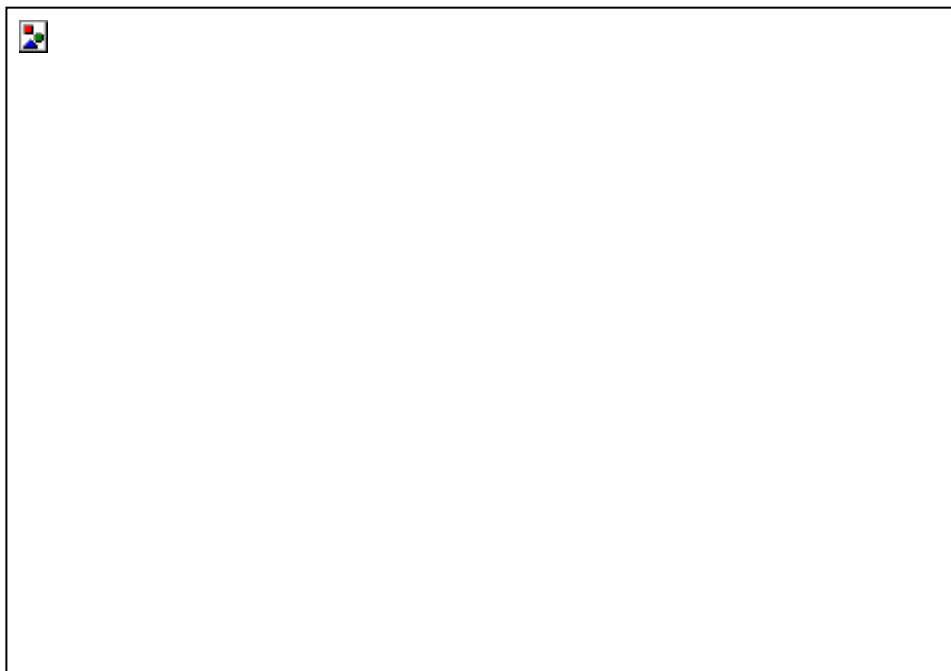
<b>Matriz las/los que comunican</b>	
<b>Espacios de comunicación mencionados</b>	
<b>Televisión /noticieros</b>	Televistazo,24 horas
<b>Medios online</b>	CNN, BBC
<b>Redes sociales</b>	Facebook, Instagram
<b>Periódicos</b>	El comercio, El universo
<b>Aplicaciones</b>	Twitter, WhatsApp, YouTube



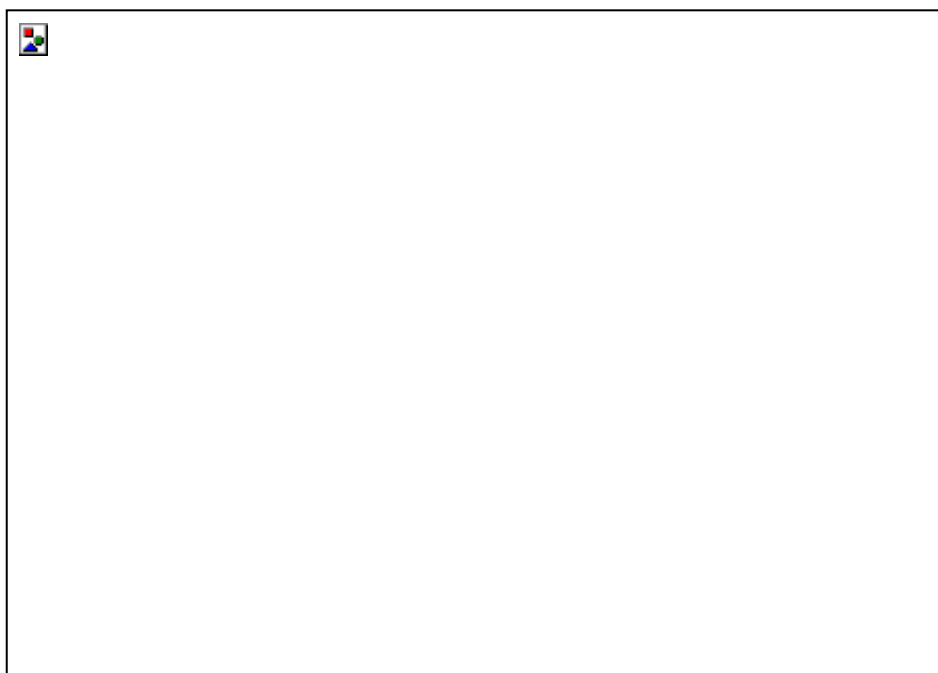


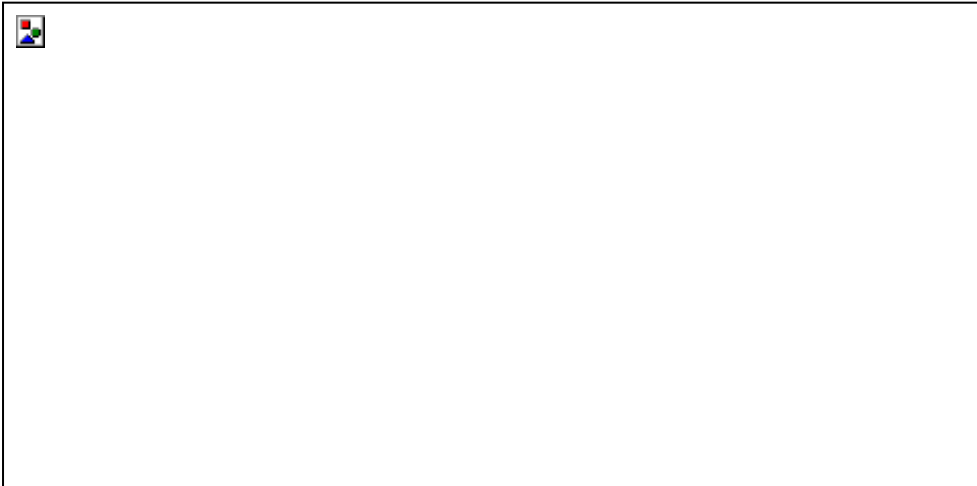
**Test de transposición temporal: relevar la conceptualización sobre la problemática**



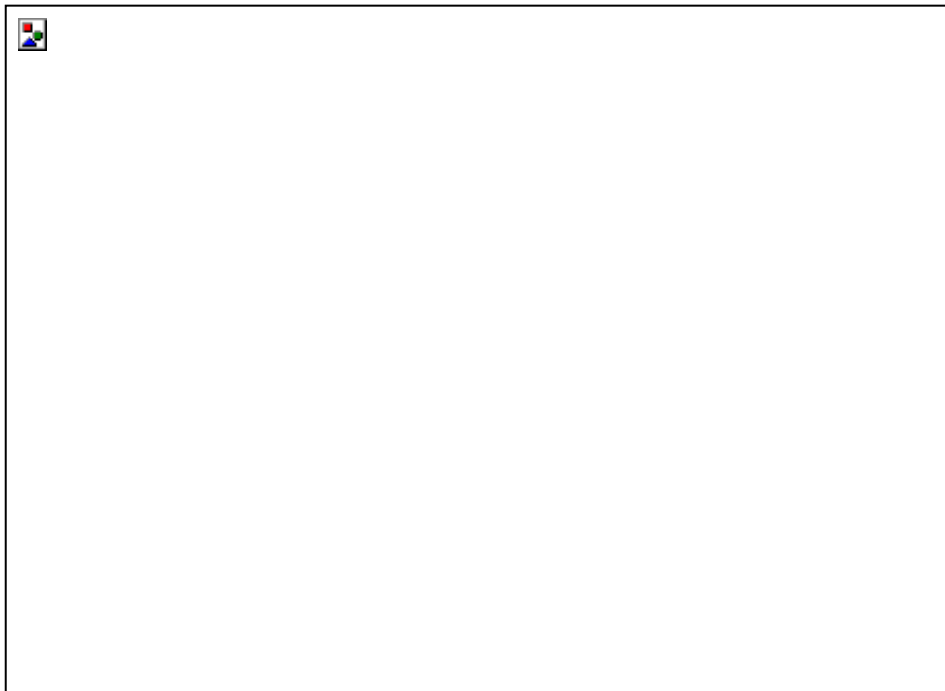


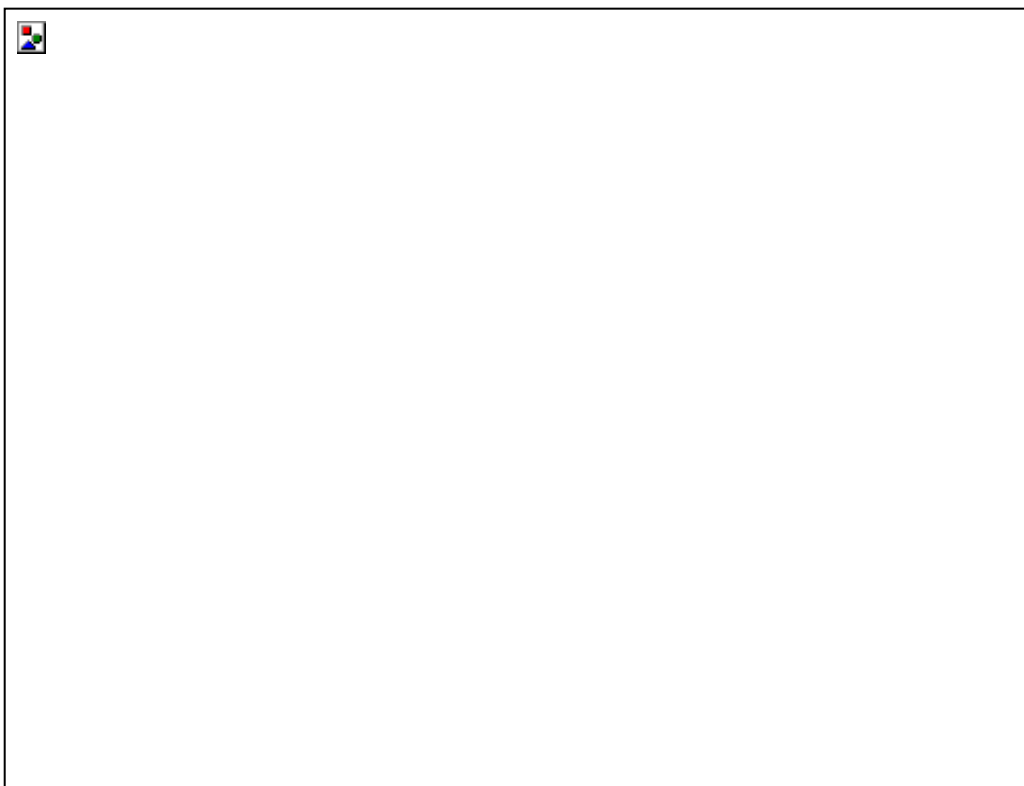
**Matrices Las/los que educan**





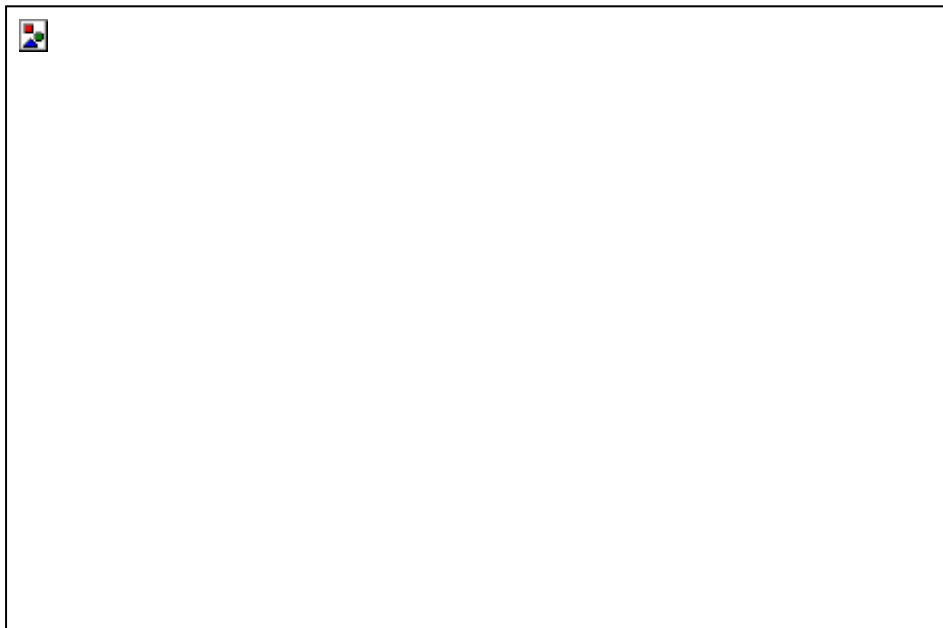
<b>Matriz las/los que educan</b>	
<b>Espacios de comunicación mencionados</b>	
<b>Redes sociales</b>	Facebook, Instagram
<b>Aplicaciones</b>	WhatsApp
<b>Televisión /noticieros</b>	Televistazo, 24 horas
<b>Correo electrónico</b>	Hotmail, Gmail, Correo institucional






<b>Matriz las/los que educan</b>
<b>Transposición temporal: violencia de género deseos / sueños</b>
<p>Que se acabe</p> <p><b>Que ya no se mate a las mujeres</b></p> <p><b>Sociedad pacífica</b></p> <p>Que ya no se perjudique a las mujeres</p>

**Matrices Las que son violentadas**





<b>Matriz las que se sienten discriminadas</b>	
<b>Espacios de comunicación mencionados</b>	
<b>Televisión /noticieros</b>	Televistazo, 24 horas
<b>Redes sociales</b>	Facebook, Instagram
<b>Aplicaciones</b>	WhatsApp

<b>Matriz las que se sienten discriminadas</b>
<b>Modos y formas de comunicación preferidos</b>

100

**Test de transposición temporal: relevar la conceptualización sobre la problemática**

<b>Matriz las que se sienten discriminadas</b>
<b>Transposición temporal: violencia de género hoy</b>
<p>Mucha violencia</p> <p><b>Maltrato</b>      Falta de apoyo</p> <p>Peor cada vez      <b>Peligrosa</b></p> <p><b>Abuso</b></p>

<b>Matriz las que se sienten discriminadas</b>	
<b>Transposición temporal: violencia de género hace 20 años</b>	
<b>No se hablaba de eso</b>	<b>Muy grave</b>
<b>No se denunciaba</b>	
<b>Cero apoyo</b>	<b>Se sufría mucho</b>
<b>Se aguantaba mucho</b>	<b>Terrible</b>
<b>Mucho control</b>	