

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.

**Campaña de Mercadeo social: Transforma la Norma:**

**Hombre Sí, Violento No.**

Proyecto de investigación

**Ignacio José Cordovez Román**

**Juan Konstantin Garcés von Tschubinov**

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de

Licenciado en Comunicación

Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 12 de mayo del 2017

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Transforma la norma: Hombre Sí, Violento No.

**Ignacio José Cordovez Román**

**Juan Konstantin Garcés von Tschubinov**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Gabriela Falconí, M.A.

Firma del profesor \_\_\_\_\_

Quito, 12 de mayo del 2017

## DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de

Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Ignacio José Cordovez Román

Código: 00112449

Cédula de Identidad: 1716111628

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Juan Konstantin Garcés von Tschubinov.

Código: 00108223

Cédula de Identidad: 1714537576

Lugar y fecha: Quito, 12 de mayo del 2017

## DEDICATORIA

A nuestros padres, por todo el cariño y las enseñanzas de vida que siempre nos quedarán. A nuestros profesores, por todo el conocimiento, la paciencia y los buenos momentos.

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad San Francisco por demostrarnos que el capital no hace a la institución.

A BUDGET y ECUAWAGEN por el apoyo para realizar este proyecto. A FEVI por abrirnos un espacio para trabajar con los chicos. A la Fundación Azulado por el gran trabajo que realizan. Gracias al teatro Ocho y Medio, a FEUCEQ y a la facultad de psicología de Universidad Católica del Ecuador.

## RESUMEN

A nivel estructural, existen varios preceptos y expectativas que se adhieren a la representación de ambos géneros biológicos. Estas expectativas serán guías que son transmitidas a través de la crianza, los medios y las estructuras a las futuras generaciones. La problemática y el tema central que tratará este trabajo, busca generar una campaña que a largo plazo corte con la perpetuación y normalización de comportamientos violentos. Principalmente desde una perspectiva del género masculino, se busca proporcionar las herramientas para generar un discurso interno que rompa con los esquemas mentales que llevan a las personas a comportarse de forma violenta. Entendiendo a la violencia como un medio para alcanzar el poder, una característica inherentemente representativa de la masculinidad, también se busca concientizar a la sociedad en general, sobre todo enfocándose en evitar comportamientos violentos por diferenciación negativa

Palabras clave: Masculinidad, violencia, normalización, psicología del desarrollo, comportamiento humano.

## ABSTRACT

At an structural level, there are various precepts and expectations that are joint together with the representations of both biological genres. These expectations, over time, will become some sort of guide to be transmited trough nurture, media and different estructures, regarding roles and behaviours that are expected of each gender. The main subject for this investigation, or the main objective is to, at long term, to generate a communications campaing that will cut with the perpetuation of these types of behaviours. Mainly focusing on a male gender perspective, it's aim is to provide the tools necessary to start an internal argument that breaks these expectations.

Key words: Masculinity, Violence, behavior psychology, human development, structural normalization.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Objetivos.....	12
Introducción.....	12
Antecedentes y contexto.....	14
Desarrollo infantil y socialización ¿Cómo se perpetúa la violencia?.....	18
Los medios de comunicación; Influyentes, formadores y homogeneizadores.....	31
Esteriotipos, Roles de Género y Medios de comunicación:.....	35
Conclusiones marco teórico.....	47
Objetivos.....	48
Marco metodológico de investigación.....	49
Estadísticas y realidad grupos LGBTI en Ecuador.....	52
Medios, violencia y sociedad.....	58
Conclusiones y recomendaciones.....	59
Tema de campaña.....	61
Antecedentes.....	62
Público objetivo y mediciones iniciales.....	63
Objetivos.....	65
Descripción general.....	66
Producto comunicacional.....	66

Padrinos de campaña.....	67
Aliados estratégicos.....	67
Piezas comunicacionales.....	68
Actividades de campaña.....	69
Resultados de campaña.....	77
Resultados en medio digitales.....	79
Medios tradicionales.....	81
Logros inesperados .....	86
Conclusiones.....	88
Fuentes bibliográficas.....	89
Anexos.....	93

## ÍNDICE DE TABLAS

Clipping de medios.....	81
Egresos.....	83
Ingresos.....	85

## INDICE DE FIGURAS

Logo Campaña.....	62
Medición inicial no clásica.....	64
Medición inicial clásica.....	65
BTL 1.....	71
BTL 2.....	73
BTL 3.....	75
Mediciones finales clásicas.....	78
Mediciones finales no clásicas.....	79
Redes Sociales.....	80
Cronograma.....	86

## MARCO TEORICO INTERNACIONAL

### **Objetivos:**

- Obtener los conocimientos suficientes en la temática de desarrollo de un individuo a nivel cognitivo, con el fin de comprender los enfoques y puntos más importantes que influyen a perpetuar comportamientos violentos.
- Conocer las repercusiones de comportamientos discriminatorios y de la imposición de estereotipos y roles de género, y sexualidad a largo plazo, sobre todo enfocado en niños y adolescentes.
- Trazar una línea coherente que permita entender en su totalidad el proceso de transmisión y accionar de estos comportamientos.
- Analizar la programación mediática en televisión enfocada en niños para obtener un entendimiento de los modelos de comportamiento que influyen en los esquemas mentales de los niños.
- Realizar una campaña que permita la generación de un ambiente que permita el desenvolvimiento y accionar en libertad de las generaciones futuras.

### **Introducción:**

La problemática central que tratará este trabajo, busca obtener el conocimiento teórico sobre los temas que traten con comportamientos violentos que parten de "diferenciación negativa". Principalmente, con el objetivo de obtener un mejor entendimiento de la fuente y razones de comportamientos violentos socializados. Lo

que se tiene en mente como objetivo final, es realizar una campaña enfocada en generar una atmósfera de aceptación de todo tipo de comportamiento o actitud de violencia, se busca romper los esquemas mentales que perpetúen comportamientos violentos en contra de individuos que no caigan bajo los estereotipos modernos de masculinidad.

Primero, desde la conceptualización y formación de un marco teórico a nivel internacional, que permita observar y comprender la problemática desde todos los enfoques que toquen el tema de la perpetuación de comportamientos violentos. Con esto nos referimos a: el desarrollo cognitivo de un individuo. Sobre todo enfocándose en los años considerados como "momento sensible", debido a que en estos años se construirán los esquemas mentales que dirigirán la conducta y por ende, los comportamientos de un individuo. En segundo lugar se analizarán las tendencias del desarrollo cognitivo, seguidas por una comparación simbiótica entre los procesos de socialización y desarrollo mencionados anteriormente. Por otro lado, se analizarán los efectos y construcciones estereotípicas de género que se dan desde los medios de comunicación, analizándolos al ser dirigidos hacia un público infantil.

Y finalmente, se analizarán los efectos de los estereotipos y sus descripciones en las concepciones mentales humanas. Principalmente enfocándose desde una perspectiva hacia las masas; y en temas "Queer", buscando entender la razón que se dan actitudes de diferenciación negativa. Es decir, que factores se han visto envueltos en el nacimiento de actitudes y comportamientos agresivos en contra de grupos LGBTI. Posteriormente, se desarrollará una campaña que busque generar este rompimiento y cree una atmósfera de aceptación y posibilidades infinitas libres de violencia para las futuras generaciones.

### **Antecedentes y contexto:**

El concepto de sexismo, que puede ser considerado como un tipo de violencia por diferenciación negativa de género, nace de una distorsión del término feminismo durante los años 1960. En la actualidad, tras el rompimiento epistemológico que se presenta durante la década de los 90's, en relación a temas de género y sexualidad, se puede percibir una especie de punto de quiebre en la imposición y perpetuación de estereotipos clásicos y conservadores. Este rompimiento, se puede ver ejemplificado sobre todo en sociedades desarrolladas, las cuales han dejado en parte el conservadurismo moderno atrás. Por otro lado, sociedades como la ecuatoriana, mantienen un apego a las costumbres tradicionales conservadoras, lo que choca con este punto de quiebre de la posmodernidad. Hay que entender que no se puede generalizar y decir que los estereotipos de género han desaparecido y ya no se perpetúa su aplicación o "distribución".

El sexismo, y sus comportamientos, pueden ser definidos como lo explica la siguiente cita traducida al español por los autores: "todas aquellas prácticas y actitudes que promueven el trato diferenciado de las personas en razón de su sexo biológico, del cual se asumen características y comportamientos que se espera, las mujeres y los hombres, actúan cotidianamente."(INM, 2016). Es de la diferenciación de ambos géneros biológicos que nacen los comportamientos negativos.

Esta diferenciación negativa, con el paso del tiempo, puede convertirse y verse representada en diversos tipos de abuso y agresión. Con el objetivo de obtener un mejor entendimiento de esta forma de discriminación, observaremos de cerca la literatura

sobre el tema, por ejemplo, se puede entender al sexismo como la diferenciación negativa entre los géneros biológicos masculino y femenino, cromosomas XX y XY.

Ejemplos de esto se dan en las culturas alrededor del mundo, desde casos con sexismo leve hasta casos de sexismo extremo que se puede considerar hasta inhumano.

“En los estados unidos, la amniocentesis se ha convertido en una prueba popular para identificar problemas médicos prenatales. Sin embargo también es utilizada para conocer el sexo de un niño o niña durante el embarazo. Comúnmente, las madres de hoy, prefieren no saber cuál es el sexo de sus hijos. Sin embargo en India, miles de mujeres se han sometido a esta prueba dando como resultado decenas de miles de abortos tras recibir la noticia de que el feto es “femenino.” (Papalia, 1993. PP 101)

Sin embargo, en este trabajo la problemática irá mucho más allá del sexismo como es definido anteriormente. Lo único que se tomará de este término para el resto de la investigación, es el concepto de la “diferenciación negativa”, en este caso, de narrativas en temas de género.

Antes, de acercarnos más a la literatura, podemos afirmar tranquilamente que existen conceptos y arquetipos directamente relacionados a cada género. No solo nos referimos a actividades o habilidades referentes de cada género biológico, es decir a los roles, sino también a actitudes y comportamientos “estereotípicos” que se esperan de ellos.

Por lo tanto, es necesario hacer una aclaración y conceptualización de los términos roles y estereotipos de género. Por un lado, los estereotipos de género, de acuerdo con Begley (2000 PP 66), y traducida por los autores, son definidos como

“creencias sobre los rasgos psicológicos y características, así como las actividades apropiadas para, hombres o mujeres”. Mientras que los roles de género son definidos por el mismo autor como “comportamientos” o “acciones ” respectivos de cada uno de los géneros biológicos.

Como veremos más adelante, ambos géneros durante mucho tiempo fueron considerados polos opuestos y estaban completamente relacionados a la sexualidad de un individuo. En la actualidad, y como se mencionó antes, el rompimiento de conocimiento, creencias y literatura que se presentó durante la década de los 90’s, creo un abanico de nuevas construcciones y narrativas que abordan esta temática, así como sus “nuevas” formas de representación en la sociedad actual.

Un ejemplo de este cambio, es como se han descartado las ideas de uno de los psicólogos más famosos de la historia, el padre del psicoanálisis, Sigmund Freud. Observemos la siguiente cita traducida por los autores:

“A pesar de que Freud dio una nueva profundidad a la perspectiva del desarrollo de la personalidad infantil, muchas de sus ideas han sido criticadas con fuerza. Muchos padres han observado momentos que pueden ser considerados como rasgos de Complejo de Edipo o de Electra, sin embargo los conceptos “Freudeanos” de la envidia del pene o la ansiedad de la castración, no han sido fundamentadas científicamente.” (Papalia, 1993 PP 349).

Debido a esta falta de fundamento real en la construcción del género, muchos investigadores y psicólogos han objetado sus ideas. Incluso personas que siguen su alineación general, discrepan en temas de género y la relación entre hombres y mujeres.

“La idea de Freud de que el hombre es la norma y el ideal por el cual ambos sexos tienen que atenerse, es una visión escasa y particularmente ofensiva para las mujeres.” Según Karen Horney, una psicoanalista que comenzó como discípulo de Freud, la envidia que sienten las mujeres por los hombres, no se debe a una envidia a su pene, más al enorme poder social que estos tienen.” (Papalia, 1993. PP 349)

Adentrándonos en la temática de los estereotipos y el concepto de “diferenciación negativa”, a simple vista, podemos identificar características, cosmovisiones y acciones que se relacionan a cada uno de los estereotipos clásicos enfocado en cada género. Estos son los estereotipos de género. Por ejemplo, es seguro afirmar, que la labor de construcción o mecánica automotriz se puede asociar fácilmente al género masculino en lugar del al femenino. Otros autores asocian directamente al género masculino con roles como ser el proveedor económico y tener la capacidad de ejercer poder, y para lograr aplicar dicho poder, se asocia a la masculinidad con una violencia inherente. (Rosas, 2008 desde Figueroa & Salguero, 2014) (Bourdieu, 1994).

En cambio, del lado femenino, podemos decir que la actividad de preparar los alimentos o cuidar de los niños, son actividades directamente relacionadas al género femenino. Estas concepciones, erróneas a nuestro parecer, perpetúan los comportamientos distintivos negativos, ya que, como veremos más adelante, dan lugar a generar concepciones y actitudes distorsionadas en las generaciones futuras. Moya, Páez, Glick, Fernández y Poeschl (1997), explican esta situación de la siguiente manera:

“Una de las maneras de concebir a la masculinidad y a la feminidad es como la autopercepción en una serie de características de personalidad. Durante muchos años se consideró a la masculinidad y a la feminidad como una única dimensión, con dos polos opuestos, que hacía posible clasificar a una persona en un determinado punto de ese

continuo. Es decir, ésta podía ser en mayor o menor grado masculina o femenina, pero nunca las dos cosas a la vez. Asimismo, los roles sexuales estaban rígidamente ligados al sexo biológico, de manera que el ser masculino o femenino dependía básicamente de ser hombre o mujer... Fruto de esta nueva concepción nació el concepto de "androginia" para designar a aquellas personas que presentan en igual medida rasgos masculinos y femeninos.”.

El término “Androginia” no será uno de los ejes centrales de este trabajo, pero si aborda la temática central, ya que se trata la violencia hacia un individuo que no puede ser “acoplado” dentro de uno de los modelos de género clásicos. Y es por esto que se presenta como un ejemplo de una situación en donde la imposibilidad de catalogar dentro de un estereotipo clásico a un individuo puede convertirse en motivo de agresión o discriminación. Lo que busca este trabajo durante la etapa dos, es generar una atmósfera social que permita a los niños desenvolverse en las actividades que ellos prefieran y eventualmente, de ser el caso, expresar su sexualidad libremente a pesar de que la misma no caiga dentro de los conceptos modernos y estereotipados de sexualidad y género. Esto quiere decir que se debe buscar una forma de cortar la perpetuación de comportamientos violentos de todo tipo.

### **Desarrollo infantil y socialización ¿Cómo se perpetúa la violencia?:**

Con el fin de realizar un estudio integral, es necesario entender la forma de transmisión de los estereotipos de género clásicos. Para cumplir con este objetivo, debemos adentrarnos en los procesos de desarrollo o crecimiento de un individuo. Por esta razón, hemos centrado esta investigación en el segmento de público que se

encargará o no de perpetuar éstos comportamientos. El segmento elegido como primordial, fue el segmento de los niños. La razón de esto es que de nada sirve iniciar un proyecto con un enfoque en terminar comportamientos violentos, si las generaciones futuras van a ser las encargadas de perpetuar dichos comportamientos. No se debe malinterpretar, la campaña general será enfocada en los padres, pero se busca que ellos sean los responsables de criar individuos que terminen con estos comportamientos, mientras que al mismo tiempo tendrá un enfoque que busque generar discusión interna y socialización de nuevos esquemas que rompan con los comportamientos violentos.

Ahora, para obtener un mayor entendimiento del proceso de crecimiento y desarrollo, sobre todo cognitivo y conductual de los niños, no basta con estudiar a un solo autor. Por esta razón se analizaron los puntos primordiales, aceptados por la comunidad científica y los mayores exponentes referenciales del tema a nivel internacional. En primer lugar, discutiremos una de las temáticas más controversiales en el tema de desarrollo humano en general, la eterna discusión entre naturaleza y crianza. Y en segundo lugar, atenderemos a la explicación del psicólogo francés y pionero en el desarrollo infantil, Jean Piaget. Uno de los primeros teóricos en investigar el tema del desarrollo infantil y sus vértices. Para Piaget (Feldman, 2012. PP 140-149), existen diversos campos principales en donde se da el desarrollo infantil: El campo cognitivo o mental, el campo físico/motriz, etc. Debido a que el tema de este trabajo trata directamente con comportamientos y actitudes, nos enfocaremos exclusivamente en el primero de estos.

Pero ¿cómo formamos nuestras concepciones e inclinaciones mentales? ¿A través de la experimentación como se explica más adelante? ¿Somos una infusión de

percepciones propias y narrativas infundadas en nuestro subconsciente? Una de las discusiones que se han prolongado a través de la historia hasta la actualidad, nos presenta el enfrentamiento teórico sobre el desarrollo humano. Mejor dicho, nos presenta dos teorías contrarias, que no han podido ser demostradas o comprobadas en su totalidad. Nos referimos exclusivamente al conflicto entre naturaleza y crianza. "Una de las preguntas permanentes acerca del desarrollo infantil se refiere al grado en que el comportamiento de la gente se debe a su naturaleza determinada genéticamente o a su crianza, es decir a las influencias del ambiente físico y social en el que el niño crece". (Feldman, 2012. PP 9-10).

¿Es nuestra genética la que define nuestros comportamientos o es nuestra crianza la que se encarga de ello? A nuestro parecer, personal, la crianza tiene mucho más que ver con actitudes que un individuo pueda adoptar en un futuro. Pero nuestras creencias no pueden ser tomadas como ciertas. Por lo tanto, es necesario profundizar y desglosar ambos conceptos, y entender que es posibles verlos como dos caras de la misma moneda: el desarrollo de un individuo. Hacemos esta afirmación, ya que consideramos que la genética puede influir directamente en el ambiente donde se da el proceso de desarrollo, por ejemplo, un individuo afrodescendiente, probablemente vaya a tener su proceso de desarrollo en África o en una antigua colonia en donde la mano de obra era esclava. Dentro de este contexto, su desarrollo y el ambiente bajo el que se da el proceso, puede variar casi tanto como existen países en África y colonias afrodescendientes. Mientras que por otro lado, la crianza influye directamente sobre las percepciones y "esquemas mentales" (Piaget, 1977) de un individuo, es decir sus comportamientos.

Por lo tanto podríamos decir que la naturaleza puede influir sobre el ambiente y el contexto bajo el que se da el proceso de desarrollo, mientras que por otro lado, la

crianza se enfoca exclusivamente en las respuestas o comportamientos que tomará el individuo frente al ambiente, contexto, etc... "En resumen, la pregunta de qué tanto un comportamiento se debe a la naturaleza y que tanto a la crianza constituyen un reto. En última instancia, debemos considerar la polémica naturaleza- Crianza como los extremos opuestos de un continuo, donde conductas particulares caen en algún punto entre los dos extremos." (Feldman, 2012, PP 14). Pero la inclinación general apuntaría a que el comportamiento se forma gracias a la crianza.

Antes de explicar la teoría de Piaget, en sus puntos relacionados al tema de este trabajo, pensamos necesario tomar un momento para comprender la manera, en que según Piaget, funciona la memoria, o mejor dicho, el procesamiento de la información en el cerebro de un infante.

"El procesamiento de la información tiene tres aspectos básicos: codificación, almacenamiento y recuperación. La codificación es el proceso por el cual se registra inicialmente la información en una forma útil para la memoria. Los infantes y los niños – de hecho, todos los individuos- están expuestos a una cantidad masiva de información: si trataran de procesarla toda, estarían abrumados. Así que codifican selectivamente la información tomando y eligiendo aquella a la que prestarán atención." (Piaget, Feldman 1977, 2012, PP 157).

Si tenemos en cuenta, como se menciona antes, se elige la información, la cual, vale la pena decir, puede ser una enseñanza, un comportamiento, un proceso, una película, etc. Se elige la información que será retenida, ya que es la que llama más la atención.

Como veremos más adelante, los estereotipos de género, normalmente, pueden ser impuestos subconscientemente. Pero si un comportamiento atrae la atención de un

infante, es muy probable que lo recuerde. Piaget (Feldman, 2012, PP 149) lo explica de la siguiente manera:

“En un periodo sensible, los organismos son especialmente susceptibles a ciertos tipos de estímulo de su entorno. Un periodo sensible representa el periodo óptimo para el surgimiento de capacidades específicas, y los niños son especialmente sensibles a las influencias del ambiente.” Por lo tanto, podemos considerar a la infancia como una periodo sensible, en donde se pueden instalar los preceptos que se volverán comportamientos y actitudes en un futuro. Más adelante nos adentraremos aún más en los medios de transmisión de los estereotipos.

De vuelta al desarrollo en sí, como sabemos y algunos recordamos, los niños en su mayoría son curiosos. Esta curiosidad es el principal motivador del aprendizaje, no hay tema que no interese a un niño en un momento específico. El niño empieza su proceso de desarrollo cognoscitivo a través de la experimentación y la investigación. “Los puntos de vista de Piaget acerca de cómo los infantes aprenden se resumen en una simple ecuación: acción = conocimiento”. (Feldman, 2012, PP 148-149). Por lo tanto, podríamos considerar que los niños aprenden del ejemplo al cual prestan atención, de la información a la que son expuestos o a la acción que realizan ellos u otros. Freud explica este proceso y lo denomina “Identificación”. Según él, “A través de la identificación, los niños adoptan actitudes, características, creencias, valores y comportamientos de otra persona o grupo. Según el psicoanálisis esto se da como respuesta a la resolución de conflictos como los complejos de Edipo o Electra.” (Papalia, 1993. PP 352)

Sin embargo otros autores más recientes, que discrepan en ciertos puntos con los criterios del padre del psicoanálisis, “ven a la Identificación como la consecuencia de observar o imitar a un modelo. Usualmente el modelo es uno de los padres, sin embargo

un niño puede tener como modelo a otra gente como un abuelo, un hermano o hermana mayor, un profesor, una niñera, un jugador de baseball o un personaje de la televisión.” (Papalia, 1993. PP 352). Estos modelos pueden o no demostrar actitudes y comportamientos específicos de acuerdo con una temática particular. Vale la pena mencionar que la exposición prolongada o constante a actitudes y comportamientos pueden caer dentro de la categoría de “identificación” o experimentación.

Así, es como se forman lo que Piaget denomina “esquemas mentales”, dentro de lo cual caen los comportamientos violentos, los cuales pueden ser entendidos como patrones de funcionamiento. Observemos la siguiente cita en donde se desarrolla el concepto: “los bloques fundamentales de la forma en la que construimos nuestra comprensión del mundo son las estructuras mentales llamadas “esquemas”, patrones organizados de funcionamiento, que se adaptan y cambian con el desarrollo mental. Al principio, los esquemas se relacionan con la actividad física o sensorio motriz, como levantar o alcanzar juguetes. Conforme el niño se desarrolla, sus esquemas avanzan a un nivel mental, reflejando el pensamiento.”. (Piaget, Feldman, 1977, 2012).

La problemática en cuanto a los esquemas, es que podemos considerar que estos se pueden formar sobre conceptos o concepciones negativas, perpetuando los comportamientos y/o pensamientos que se busca combatir con este proyecto. Como mencionamos anteriormente, los niños aprenderán o desarrollarán estos esquemas según la información que se les presente o puedan observar en sus modelos o ambiente. Es así que: “A través de la identificación, los niños llegan a creer que tienen las mismas características que su modelo. Por ende, cuando los niños se identifican con un modelo competente y nutritivo, se sentirán complacidos y orgullosos. Cuando el modelo es inadecuado, se pueden sentir infelices e inseguros.” (Papalia, 1993. PP 352). En casos más extremos, por ejemplo, si el modelo demuestra comportamientos discriminatorios

en contra de otros grupos, se puede entender que un niño consiente o subconscientemente adopte estas pautas de comportamiento.

Por otro lado, es necesario recordar, que el desarrollo cognitivo de un niño pasa por diferentes etapas, y es a partir del tercer año de vida que se considera que las capacidades mentales de un niño empiezan a tener la capacidad de entendimiento o asimilación en auge. "Los investigadores no están de acuerdo respecto a la edad a partir de la cual los recuerdos son susceptibles de recuperación. Aunque la investigación inicial apoyaba la noción de la amnesia infantil, la falta de recuerdo para las experiencias que sucedieron antes de los tres años de edad, investigación más reciente muestra que los infantes si tienen recuerdos." (Piaget, Feldman 1977, 2012 PP 159).

Por este motivo, a pesar de incluir información sobre las primeras etapas de la vida, nos enfocaremos en lo que sucede con el desarrollo infantil a partir de los tres años debido a que consideramos que es en este momento, cuando los niños empiezan a recibir la mayor parte de sus estímulos de la sociedad, el entorno que los rodea y sus modelos predilectos. "Según Piaget, durante los primeros dos años de vida, los niños experimentan el mundo casi solamente a través de sus sentidos y su actividad motora." (Papalia, 1993, PP 207).

El proceso de asimilación o entendimiento de la información, tiene tres puntos principales: "codificación, almacenamiento y recuperación. La codificación es el proceso por el cual se registra inicialmente la información en una forma útil para la memoria. Los infantes y los niños – de hecho, todos los individuos- están expuestos a una cantidad masiva de información: si trataran de procesarla toda, estarían abrumados. Así que codifican selectivamente la información tomando y eligiendo aquella a la que prestarán atención." (Piaget, 1977 – Feldman, 2012. PP 157).

En la cita anterior, se puede ver reflejado lo que se mencionó antes, en este caso, podríamos decir que un niño, va a prestar mucha más atención a una acción realizada por su modelo favorito, por lo tanto, podrá recordar, recuperar y poner en acción, las acciones o comportamientos de su modelo predilecto. Por lo tanto, podríamos afirmar que los comportamientos o actitudes de diferenciación negativa, deben ser transmitidos por otros, el ambiente y los medios de comunicación.

No podemos decir con total seguridad que un comportamiento que el niño "experimentó" una ocasión puede ser influyente en sus comportamientos a futuro, principalmente ya que se necesita un almacenamiento adecuado, es decir, un proceso de recordación completo y sin interrupciones. La otra cara de la moneda, nos presenta la posibilidad de que aun así, digamos, un niño no presta atención a comportamientos negativos durante su infancia, ya que decide no prestar atención, subconscientemente, su cerebro almacenará la información y podría ponerla en acción si su exposición fue prolongada.

"Aun cuando alguien ha sido expuesto inicialmente a la información y la ha codificado de una forma adecuada, no hay garantía de que será capaz de emplearla en el futuro. La información también debe almacenarse en la memoria adecuadamente. El almacenamiento se refiere a la colocación del material en la memoria. Por último, el éxito para emplear el material en el futuro depende de los procesos de recuperación. La recuperación es el proceso mediante el cual el material en el almacén de la memoria es localizado, traído a la conciencia y utilizado." (Feldman, 2012, PP 157).

Otro punto importante a considerar al hablar de la memoria, es que la capacidad de almacenamiento de una persona va cambiando a medida que esta va creciendo. Para esto Papalia, divide la memoria en dos rasgos esenciales: el reconocimiento y el

recuerdo. El primero de estos se refiere al tipo de memoria que permite a una persona identificar los estímulos con algo conocido previamente. El recuerdo, por el otro lado, es la habilidad de reproducir el material de nuestra memoria. “En general, durante la infancia temprana el reconocimiento es bueno, el recuerdo es pobre y ambos mejoran de los 2 a los 5 años. El reconocimiento de los niños mejora notablemente desde la infancia.” (Papalia, 1993. PP 322). El Reconocimiento se mide mediante enseñar al niño una serie de objetos, retirarlos y luego mostrarlos en un grupo más grande pidiéndoles que escojan los que ya habían visto. Esto nos ha hecho reflexionar, y aporta nuevamente al punto de que a pesar de que no siempre recuerden de donde salió la información que los niños perciben como real, su habilidad de reconocimiento hará que actúen acorde a lo que se les presente. Por este motivo, durante las primeras etapas de la infancia la información que un niño vea en la televisión o en su entorno en general, o en las acciones de un modelo, jugarán un rol primordial en el desarrollo de su personalidad y su creación de esquemas mentales, y eventualmente, sus comportamientos y actitudes.

Para Piaget, los niños aprenden y por lo tanto se desarrollan desde dos preceptos básicos, la asimilación y la acomodación. Feldman y el mismo Piaget definen estos conceptos de la siguiente manera: Asimilación: “Proceso en el que las personas comprenden una experiencia en términos de su etapa actual de desarrollo cognoscitivo y forma de pensamiento”. Acomodación: “Cambios en las formas más existentes de pensamiento que se dan en respuesta a los encuentros con nuevos estímulos o eventos. (2012, PP 149). Estos procesos se encargan de indicar la respuesta un niño frente a una acción, comportamiento o evento. Por lo tanto, y como se explica anteriormente, los niños modelan sus esquemas mentales dependiendo su edad, su capacidad de entendimiento y el suceso informático en sí mismo. “Los infantes empiezan a modificar estos esquemas tempranos simples casi inmediatamente, a través de los procesos de

asimilación y acomodación, en respuesta a su exploración del ambiente". (Feldman, 2012. PP 149).

En principio, el problema central de la modificación de esquemas mentales en relación al tema de sexualidad y género, son los comportamientos de diferenciación negativa que se generan posteriormente y sus repercusiones en el individuo o grupo. Se entiende esta problemática como "modificación" ya que los preceptos discriminadores son inculcados en el individuo a través de los medios de aprendizaje que pueden ser subconscientes.

Antes de referirnos a las repercusiones a largo plazo de la modificación de esquemas mentales, para adaptar a los individuos a prácticas de sociedades conservadoras, es necesario entender que el proceso de desarrollo mental va de la mano con el proceso de "socialización". En palabras simples, podemos caracterizar a este proceso como la inclusión de un individuo en un grupo. Con esto nos referimos, a la asimilación de costumbres, creencias y otras partes fundamentales que definen una cultura o grupo específico. Hay que tener en cuenta que no se trata únicamente de adquirir conocimiento o actitudes, sino de eventualmente, aplicarlas y convertirse en un miembro "funcional" del grupo humano. Este término, se utiliza en diferentes campos, por ejemplo, en una empresa, el proceso de socialización es la capacitación que se imparte a los nuevos empleados. "La socialización es ampliamente definida como "un proceso en el cual un individuo adquiere las actitudes, comportamientos y conocimiento necesarios para participar exitosamente como un miembro de la organización". (Jones, 2006. PP 2).

En el análisis psicológico Freudiano, existen tres motivadores para que las personas actúen de una forma u otra: el ello, el yo y el superyó. Para esta investigación

nos enfocaremos solamente en el superyó, una fuerza mayor o externa a nosotros (normalmente impuesta por la sociedad o en este caso los padres de los niños, sus enseñanzas, etc...) que nos juzga constantemente y nos lleva a reprimir los deseos instintivos para así adaptarnos a la sociedad. Este motivador, puede ser considerado como el proceso socializador, un proceso de transmisión de comportamientos "adecuados" o normalizados. Según él, en esta cita traducida por los autores:

“En la infancia temprana, el superego es rígido. Por ejemplo, la hija de padres que valoran la limpieza, será propensa a cambiar su ropa muchas veces durante el día para dar gusto a sus padres. También puede existir un chico que sienta remordimiento tras haber peleado con un amigo porque sabe que sus padres lo desapruaban. A medida que se madura, el superego se vuelve más realista y flexible, permitiendo que las personas funcionen en relación a principios sociales y morales pero también en relación a sus propios intereses.” (Papalia, 1993, PP 327).

Este aspecto de la personalidad, es el que explica cómo lo mencionamos a lo largo del documento, que la socialización entre niños se ve fuertemente influenciada por factores externos, y este proceso puede influenciar directamente sobre los esquemas mentales de cada individuo. Los cuales pueden contener comportamientos discriminatorios en contra de un grupo, etnia, etc.

Al ser la forma en la que los niños socializan un factor clave para el desarrollo infantil, consideramos de suma importancia hacer un análisis específico de cómo este fenómeno afecta a dicho desarrollo. En la infancia temprana, las relaciones con las personas que los rodean tanto como las relaciones entre estas, son las que enseñarán a los niños a comportarse dentro de un grupo. Es en esta etapa donde se fijarán los estándares de cómo relacionarse o comportarse correctamente o de acuerdo a lo esperado, en las múltiples situaciones en las que se encuentren. Por ejemplo, viendo la

relación entre sus padres, el niño aprenderá cómo comportarse en pareja, o al momento de ir a la escuela, comprenderá cómo comportarse con sus compañeros e iguales, etc...

La siguiente cita traducida por los autores ayuda a profundizar en este tema: “A través de la amistad y las interacciones más frecuentes, los niños aprenden cómo socializar con los otros. Aprenden la importancia de ser un amigo para poder tener un amigo. Aprenden cómo resolver problemas (especialmente los que se refieren a las relaciones interpersonales), cómo ponerse en el lugar de la otra persona e incluso aprenden patrones de comportamiento distintos a los que conocen. Aprenden valores (incluyendo actitudes de la moral y normas de roles de género) y pueden practicar sus roles como adultos.” (Papalia, 1993, PP 382).

Dentro de las relaciones con sus compañeros, los expertos han descubierto que se da un fenómeno que es de suma importancia para el aprendizaje de comportamientos sociales: los juegos. “Los niños se ven envueltos en lo que se llama juego ficticio, juego de fantasía, juego dramático o juego de imaginación. En un tiempo, el mayor interés de los expertos en este tipo de juego era su supuesto rol en ayudar al niño a expresar sus preocupaciones emocionales, pero ahora el mayor interés está en el rol de estos juegos en el desarrollo cognitivo y de personalidad.” (Papalia, 1993. PP 374).

Durante este tipo de juegos, los niños pueden llegar a generar comportamientos sociales que se repetirán durante su vida de adulta. Tomemos como ejemplo a una pareja de niños que se envuelven en el popular juego del papá y la mamá. A pesar de que para ellos es simple diversión, aparentemente inofensiva, es común que el “papá” vaya a trabajar mientras la “mamá” se quede en la casa jugando con los utensilios de cocina o simulando cuidar a los hijos.

Como lo analizaremos más tarde, este juego y otros, así como la admiración a un modelo y los comportamientos del mismo, van a ser un detonante para un

comportamiento social real o por lo menos una predisposición a que esto ocurra en su vida adulta. De la misma manera con juegos violentos.

Por lo tanto, el proceso de socialización está estrechamente relacionado con el desarrollo mental o cognitivo, por ende de los comportamientos. Los autores piensan que de manera simbiótica, es decir que, funcionan en conjunto o gracias al otro. ¿Por qué? Principalmente debido a que los esquemas mentales mencionados anteriormente, pasan por su propio proceso de socialización. Sin este proceso, se puede asumir que un individuo no encajaría dentro de su grupo o sociedad. Y es la socialización, hacia una cultura conservadora, la cual preserva una visión moderna de los esquemas mentales, lo que puede ser considerado como responsable de la perpetuación de estereotipos de género y sexualidad modernos, y por ende, de conductas de diferenciación negativa en contra de narrativas que no caen bajo los estándares socializados.

De esta manera, se puede hacer una relación directa entre la socialización de los estereotipos y roles de género con una época primordial en el desarrollo como la infancia. La interrogante aquí, tras haber revisado más de cerca el proceso de desarrollo infantil, nos lleva a concluir que los padres, el ambiente (el lugar de nacimiento y sus esquemas socializados) y los medios de comunicación, son los principales medios de transmisión y refuerzo de los estereotipos y roles de género, por lo tanto, son los responsables de futuras conductas, que pueden ser violentas resultado de diferenciación negativa.

Un individuo, que ha crecido dentro de una sociedad específica, perpetuara hasta cierto nivel los preceptos, creencias y conocimientos de dicha sociedad. Observemos la siguiente cita traducida por los autores: "Ellos aprenden rápidamente cuáles comportamientos son impulsados por sus padres y compañeros, y cuáles no lo son. Estas ideas después son reforzadas por la representación de los roles de género

tradicionales en los medios. Como resultado, los niños internalizan estas creencias relacionadas a los roles de género y su comportamiento es modificado de acuerdo a ellas.” (Chartschlaa, 2004. PP 5). Por ejemplo, podemos considerar a la sociedad ecuatoriana como conservadora, dentro de una cosmovisión de estas cualidades, podría considerarse que existe un rechazo a narrativas que no se guíen bajo los preceptos clásicos de sexualidad y género. En pocas palabras, no se encuentran totalmente aceptadas o “normalizadas” en la sociedad, los comportamientos, actitudes o preferencias sexuales de por ejemplo, comunidades LGBTI.

### **Los medios de comunicación; Influyentes, formadores y homogeneizadores:**

“La televisión es el principal creador de patrones culturales sintéticos. Como tal, sirve primariamente a mantener, estabilizar y reforzar – no subvertir- valores convencionales, creencias y comportamientos. La “realidad” construida socialmente, da una imagen coherente de lo que existe, lo que es importante, cómo se relacionan las cosas, y que es lo correcto”. (Gerbner, Signorelli, Et all, 1981. PP 3).

Para complementar a la idea de la cita anterior traducida por los autores, en 1993, Diane Papalia (1993, PP 339) afirma que “los programas de televisión son una influencia importante en el desarrollo intelectual de los niños de hoy. De hecho, algunos investigadores creen que los niños americanos han desarrollado conceptos cognitivos más rápidamente debido a estos programas. El show más famoso y de más alcance es Plaza Sésamo. Es un programa diseñado específicamente para enseñar

habilidades cognitivas utilizando letras, números, resolución de problemas, razonamiento y entendimiento del entorno físico y social.”

Como se mencionó antes, en el proceso de socialización existen tres ejes principales para la transmisión de creencias y actitudes en cuanto a roles y estereotipos de género. En esta sección, profundizaremos en la importancia de los medios de comunicación, en cuanto a la formación y eventuales repercusiones de una “concepción compartida de la realidad”. Este término, hace referencia a una homogeneidad de la concepción de la realidad. Es decir, la similaridad con la que el grupo humano percibe la naturaleza de la vida y el mundo. En cuanto a este punto, es importante ligar un principio básico del desarrollo, a través de la siguiente cita traducida por los autores: “A los niños de 3 a 6 años les cuesta trabajo diferenciar entre lo que parece real de lo que en realidad es. Sin embargo a la edad de 7 años ya logran reconocer a un objeto que parece otro como lo que es en realidad. Por ejemplo una esponja que parece una roca es una esponja.” (Papalia, 1993. PP 317). Por lo tanto, la formación de una “concepción compartida” de la realidad, sobre todo, en el imaginario infantil, no es una idea tan descabellada.

Sin embargo, no se puede afirmar que por ejemplo, la televisión (TV) y su programación, aportarán a formar individuos exactamente iguales a las representaciones transmitidas en el medio. Pero, eso no significa que no influya o busque algo parecido. Trabajos de investigación anteriores, definen a este medio en particular, en la siguiente cita traducida por los autores, de la siguiente manera:

“Transcendiendo las barreras históricas de comunicación y movilidad, la televisión se ha convertido en la fuente primaria y común de socialización e información de todos los días (generalmente disfrazada de entretenimiento) de, en otros

casos, poblaciones heterogéneas. Hoy, hemos alcanzado una coyuntura sin precedentes en donde la televisión, virtualmente, trae a todos a una cultura nacional compartida.” (Gerbner, 2002. PP 6).

De acuerdo con la Kaiser Family Foundation (KFF), los niños entre 2 y 8 años ven TV de 2 a 4 horas diarias. Otros investigadores, aseguran que la suma de horas tras la pantalla es incluso mayor. Por ejemplo, observemos la siguiente traducción de los autores: “Un estudiante típico de preescolar hoy en día ve de 3 a 5 horas de televisión todos los días. Para cuando se gradúe del colegio habrá pasado más tiempo tras la pantalla de la televisión que dentro de aulas de clases.” (Papalia, 1993. PP 339). Esto nos lleva a indagar más en las representaciones y comportamientos a los que son expuestos los niños al ver TV. Si nos imaginamos que estamos en el siglo XIX, es fácil considerar diferencias radicales en la forma de crianza de un niño en comparación a la actualidad.

Hoy en día la tecnología ha invadido la vida humana de una manera que podría ser considerada, al igual que la relación entre crianza y socialización, simbiótica. Como se observa en las cifras del estudio anterior, hasta una tercera parte de un día de 12 horas de la vida de un niño, es consumida por la TV. No hay que caer en malinterpretaciones, hoy en día, la tecnología presenta una oportunidad única en cuanto al desarrollo de capacidades mentales y estudios en general. La tecnología en sí misma no es negativa, su uso inadecuado si lo es. “La televisión puede ser un educador poderoso. Ver Plaza Sésamo es un ejemplo de cómo niños pequeños pueden aprender lecciones valiosas sobre armonía racial, cooperación, bondad, aritmética simple y el alfabeto a través de un formato de televisión educativa.” (PCH, 2003).

De acuerdo con Pediatrics & Child Health(PCH), la televisión puede ser una influencia crítica en la conducta futura de un niño. Por ejemplo, en la siguiente

traducción: "La cantidad de violencia en televisión está en auge. El niño promedio mira 12,000 actos de violencia en televisión anualmente, incluyendo varias representaciones de asesinato y violación. Más de 1000 estudios confirman que la exposición a dosis altas de violencia en televisión incrementa el comportamiento agresivo, particularmente en varones. Otros estudios relacionan la televisión o la publicidad en periódicos sobre suicidios con un riesgo de suicidio incrementado." (PCH, 2003). También, se menciona al tiempo de uso del equipo como un factor importante, pero, así como en otras disciplinas, el contenido, aparentemente, es rey. Como resultado final, tras una exposición prolongada, "el mundo representado en televisión, se convierte en el mundo real". (PCH, 2003).

"La influencia de la televisión en los niños en temas de roles de género y violencia parece considerable, y los profesionales en desarrollo infantil han expresado gran preocupación por la necesidad de que los adultos ayuden a los niños a aprovechar los beneficios educacionales de la televisión, minimizando la influencia negativa." (Papalia, 1993. PP 327).

Debido a la enorme influencia de este medio en los niños, su desarrollo y su percepción del mundo, se recomienda tomar medidas al momento de presentar este medio ante los niños. Como se mencionó anteriormente, la tecnología puede representar un gran aliado en ciertos casos. Por ejemplo, la TV puede ser considerada como un "Maestro Virtual" en algunos casos. Por ejemplo, se puede seguir las recomendaciones de la Academia Americana de Pediatría:

- Planificar lo que el niño va a ver con anticipación.

- Establecer límites.
  - No utilizar la televisión como premio o castigo.
  - Acompañar al niño cuando ve televisión.
  - Hablar con los niños sobre temas como la guerra, el amor, el trabajo, la vida en familia, el sexo, las drogas y el crimen.
- 
- Dar un buen ejemplo en los hábitos televisivos de los adultos.
  - Proveer alternativas a la televisión.
  - Resistir los comerciales.
  - Suplementar la televisión con tecnologías nuevas.
  - Reconocer su poder como adulto.

Por lo tanto, no sería erróneo entender a la TV como un medio gigantesco de socialización. Gigantesco debido a su alcance global. El niño debe "asimilar" la información representada en ella, y de acuerdo a su entorno/ambiente, su familia y a las representaciones en TV, modificará o sus esquemas mentales, hacia fines positivos o negativos.

### **Estereotipos, Roles de Género y Medios de comunicación:**

Enfocando la discusión hacia el eje principal que tratará este trabajo, es necesario entender la influencia de los medios de comunicación en los procesos de socialización contemporáneos sobre las expectativas estereotípicas respectivas de cada género. Se podría argumentar que en la actualidad, existen producciones mediáticas que presentan narrativas "alternativas" en cuanto a temas de género y sexualidad, por ejemplo la serie norteamericana "Modern Family" que presenta en escena a una pareja

abiertamente homosexual, la cual adopta un bebé y forma una familia "normal". En respuesta a esto, debemos recordar que la temática principal de este trabajo, busca generar un rompimiento de la imposición de estereotipos de género que perpetúen comportamientos violentos en los niños, por esta razón, si vamos a hablar de medios es necesario hablar de medios dirigidos hacia niños.

Por esta razón, se realizó un análisis breve de programación infantil actual, que presenta narrativas alternas a los estereotipos de género clásicos. Lastimosamente, es complicado encontrar ejemplos concretos a través de la historia. Se realiza esta afirmación debido principalmente a que el primer ejemplo de representación de un personaje que rompía con estereotipos clásicos en programación "infantil", aparece en 1989 en un episodio de "Los Simpson". La complejidad del asunto aquí, es si en realidad podemos categorizar a este programa como televisión infantil, principalmente debido a las bromas de carácter adulto que se encuentran dentro del show.

El siguiente ejemplo, se trata de la serie animada japonesa, con su nombre traducido al español: "Ranma 1/2". Esta serie, que inició como historieta cómica, "Manga", en 1987, explora las aventuras de un chico que por accidente cae en una fuente de agua mágica que lo convertirá en chica cada vez que es tocado por agua fría. Nuevamente, la problemática de este tema, es que no consideramos a esta serie como un producto cultural apto para niños, principalmente a su contenido sexual casi explícito, mientras que por otro lado, al cambiar sexo, el personaje se adhería a estereotipos.

Durante la década de 1990, los expertos afirman que se produce un rompimiento en las narrativas clásicas en temas de género y sexualidad. Una de las razones de este hecho, según los conocedores del tema, se da principalmente debido a la aparición de nuevas informaciones, y sobre todo a la nueva facilidad de acceso a ellas. Esto se puede ver ejemplificado en la aparición de personajes en productos culturales

audiovisuales de tendencias de género incierta o ambigua. Vale la pena recalcar, que pese a que en esta época empieza a darse la deconstrucción del modelo moderno en estos temas, la ruptura se da en pequeños pasos, y principalmente en la programación enfocada hacia niños varones, los personajes mantienen características que se adhieren fácilmente a estereotipos violentos.

En nuestro primer ejemplo de productos culturales que los autores consideran, aptos para ser presentados a un público infantil, nos volvemos a la serie norteamericana "Gárgolas", una historia de personajes míticos que pelean contra el mal. El punto de interés en relación al tema aparece cuando uno de los creadores admitió que el personaje "Lexington" es homosexual, también confirmó que esa parte de la realidad del personaje, no pudo ser descrita en televisión, es decir se prohibió explorar el tema ejemplificando un comportamiento segregatorio.

El siguiente ejemplo, nos lleva específicamente a la serie estadounidense "Hey Arnold". Una historia que cuenta las aventuras de un grupo de estudiantes de escuela en una ciudad en Estados Unidos. Aquí, encontramos que la censura sobre el tema de preferencias sexuales "alternas", aparece nuevamente. La historia en este tema, explica que el profesor de la escuela, el señor Simmons, es homosexual. La censura se da de manera encubierta, es decir que el tema nunca fue descrito en detalle, pero si se pueden observar pistas que lo confirman, una vez más el tema fue censurado de cierta manera.

Lo más importante aquí es que si realizamos un análisis apresurado de la oferta de programación infantil en canales nacionales, es fácil observar que la programación en general, con pocas excepciones, evita la presentación de narrativas de sexualidad y género "posmodernas" y se sobre todo, se mantiene en una línea muy moderna de los roles y estereotipos relacionados a cada género..

En la actualidad, sobre todo en canales de TV por cable o en nuevas plataformas como "Netflix", se han diversificado las posibilidades de representación de personajes. Por ejemplo, hoy en día encontramos series como "Transparent", una serie del 2014, que narra la historia de una familia de Los Angeles que descubre que el padre de familia es transgénero. Una vez más esta serie no es infantil.

La importancia de este medio en la transmisión de esquemas en temas de sexualidad y género viene en auge desde 1980. Observemos la siguiente cita traducida por los autores, que profundiza en la importancia de los medios sobre la formación de esquemas, en este caso, negativos. "No nacemos con valores, ideas y asunciones sobre comportamientos específicos sexuales apropiados. Comportamientos, roles y moral; estos deben ser aprendidos, en un contexto cultural. Mientras la televisión es solamente uno de los factores que puede influenciar a las personas, también puede ser la más común y penetrante fuente de ciertas concepciones y acciones relacionadas a la sexualidad para segmentos grandes de la población.". (Gerbner, Signorelli, Et all, 1981. PP 2).

Por lo tanto, podemos considerar que un show infantil con representaciones modernas estereotipadas de género, será proveedor de esquemas mentales que eventualmente, perpetuaran comportamientos violentos que parten de la diferenciación negativa en futuras generaciones. Principalmente debido a no caer dentro de los preceptos socializados. "Analíticamente, uno de sus efectos (de la TV) más potentes en la sociedad Americana - - la provisión de una cultura común producida centralmente, estandarizada y homogénea". (Hirsch, 1979).

Se han realizado estudios que comprueban las afirmaciones anteriores. Por ejemplo, en 1980, Eastman y Liss, compararon las preferencias de niños de 9-12 años, en cuatro ciudades en diferentes sectores de Estados Unidos, en cuanto se refiere a

personajes de TV. Es decir, se buscaba una relación en cuanto a preferencias mediáticas de los niños. El estudio apoya lo anterior, afirmando que los niños son relativamente homogéneos en sus preferencias y concepciones por lo menos respecto a los medios, por lo tanto en sus preferencias de modelos.

Ahora, si tomamos en cuenta la programación de los canales nacionales de TV en Ecuador, podemos observar que los estereotipos de género se encuentran plasmados, en la mayoría de los casos, de manera que hasta podría ser considerada grotesca. Desde noticieros a segmentos de farándula, no es difícil identificar representaciones estereotípicas de los roles que se esperaría de cada uno de los géneros biológicos. Por ejemplo, esto incluye concepciones hyper-sexualizadas de la figura femenina, podemos observar representaciones de esto en el segmento "En corto" del canal "Teleamazonas", el cual está repleto de referencias sexuales y presentadoras, vistiendo minifalda o atuendos similares, que resaltan sus características físicas corporales, objetualizando a la mujer. Por otro lado, los personajes masculinos siempre están contruidos sobre un aire de seriedad y formalidad. Hasta en programas de entretenimiento como "América Vive" el presentador masculino, siempre está vistiendo un terno y bien peinado. Podría decirse que los estereotipos masculinos en la TV ecuatoriana se basan bajo una percepción conservadora y seria, moderna. Una concepción de la masculinidad que relaciona directamente el ser hombre con tener que actuar o mantener comportamientos violentos en ciertas situaciones.

A nivel internacional, los ejemplos son miles. No hay que ir más allá que pensar en el último "reality show" que el lector haya visto. Tomemos en cuenta el artículo desarrollado principalmente por Nancy Signorelli "Gender Stereotypes in MTV commercials: The Beat Goes On" (1994. PP 197). En este documento se presenta que no solamente se dan casos de una hypersexualización de la mujer en los medios de

comunicación ecuatorianos, sino a nivel global. De acuerdo a este documento: 1.- Los personajes femeninos aparecen menos que los personajes masculinos, es decir tienen menos tiempo aire. 2.- Es más probable que los personajes femeninos sean representados con figuras corporales más esbeltas. 3.- Los personajes femeninos serán representados como más atractivos que los masculinos. 4.- Es más probable que un personaje femenino utilice vestimenta provocativa o "sexy". 5.- Hay más posibilidades que los personajes femeninos sean el objeto de contemplación (visual) de otro sujeto.

¿Entonces cual o cuales son las problemáticas centrales de este trabajo? Claramente, ya se mencionó el propósito del mismo. Pero como podemos observar en los párrafos anteriores, las representaciones en los medios, sus efectos posteriores o la homogeneización de la cultura global, pueden ser consideradas como ejes clave de este escrito. Es por eso, que nos parece importante mencionar el problema de los estereotipos en sí mismos. Como se menciona en investigaciones de diferentes campos, las concepciones previas o estereotipos pueden llegar a tener un efecto negativo. No solamente se busca relacionar a este concepto con el hecho de que existen personas que no aceptan o tienen comportamientos violentos en contra de personas o narrativas que salen de los parámetros convencionales o modernos, por sus esquemas socializados, sobre todo en el caso de sociedades conservadoras como la ecuatoriana.

Teniendo en cuenta que la primera aparición de un personaje abiertamente homosexual en un show de TV infantil data en primera instancia de la década de los 90's, podemos casi con seguridad decir que las generaciones anteriores, gracias a sus esquemas modernos, pueden llegar a tener una percepción negativa de individuos pertenecientes a la comunidad LGBTI. Y recordando que los padres son uno de los primeros modelos a seguir, es por esta razón que puede resultar en una perpetuación de actitudes de diferenciación negativa, ya que son los padres, como se puede ver en la

sección de recomendaciones en cuanto a la televisión, los que pueden tener el control de la programación que ven sus hijos.

El estereotipo en sí, puede llegar a tener efectos positivos o negativos, no solamente en las actitudes y comportamientos de las personas a futuro, sino en su propio desempeño al momento de realizar una tarea. La siguiente cita traducida por los autores, profundiza en esta afirmación: "En 1995, Claude Steele y Joshua Aronson reportaron en un estudio que demostraba como la existencia de estereotipos negativos afecta a aquellos que forman parte del grupo estereotipado. Ellos propusieron que las personas que se sienten amenazadas en situaciones en las cuales ellos creen que su desempeño los identificara como ejemplos negativos del grupo estereotipado. Steele y Aronson denominaron a esta situación "amenaza estereotípica" ya que la presencia de estos estereotipos negativos amenaza el desempeño y el concepto propio. Aun si la persona no cree en el estereotipo o en su aplicación, la amenaza de ser identificado con un estereotipo negativo puede ser un factor siempre presente que pone a la persona bajo los reflectores y crea tensión y ansiedad por el desempeño." (Begley, 2000 PP 66).

En estudios de los expertos de la psicología de grupos, se han visto casos similares. Por ejemplo, en un experimento se reunía a un grupo de mujeres asiáticas. Primero se les daba una charla que rondaba la temática de su género, es decir su feminidad. Se enfoca la discusión en que son mujeres. Después se les pedía que realizaran una prueba simple de matemáticas. Los resultados de esta prueba fueron bajos. En la siguiente etapa del experimento, se reunió al mismo grupo de mujeres asiáticas. La única diferencia fue que en esta ocasión, la charla anterior se enfocó hacia la ascendencia asiática de estas mujeres. Luego se les dio otra prueba simple de matemáticas. En esta ocasión, los resultados fueron mucho más elevados. Entonces, el eje central aquí, trata de cómo las percepciones propias de estas mujeres cambiaron y

potenciaron o no su rendimiento dependiendo del estereotipo bajo el cual se ubicaban antes de hacer la prueba. Principalmente debido a que de acuerdo al estereotipo, las mujeres no son buenas en matemáticas, pero por otro lado, el estereotipo asiático concuerda con su desempeño superior en matemáticas. (Andrade, 2016).

Por lo tanto ¿cuál es la verdadera necesidad que encontraron los autores para realizar este trabajo? ¿Qué problemáticas se busca enfrentar, a parte de un pobre desempeño basado en estereotipos? ¿Cuáles son los efectos principales de la socialización de estereotipos de género “clásicos”? De acuerdo con aquellas teorías, la relación entre estereotipos de género y la realidad puede llegar a ser muy estrecha. Podría hacerse una afirmación, y es que una de las problemáticas principales se basa en la relación entre la crianza, las representaciones estereotipadas de género en medios de comunicación, y las decisiones y comportamientos de vida a futuro que tomara un individuo. Especialmente, pensando en toda la gama de comportamientos violentos. Por ejemplo, podría afirmarse, basándonos en un estudio realizado por Mosteiro García (1997) que la elección vocacional de una persona, puede estar directamente relacionada con los estereotipos de género socializados.

Un estudio realizado por Calzo y Ward, (2009, PP 280-299) indicó que por lo menos, el 40% de ciudadanos Estadounidenses, obtienen su opinión acerca de la homosexualidad y orientaciones sexuales alternativas, directamente de las representaciones de estos grupos en diversos medios.

Por lo tanto se puede afirmar con seguridad, que las representaciones mediáticas de estereotipos, no solo en el caso de comunidades LGBTI, afectan directamente a la percepción que el público en general tendrá del grupo. Es decir que estas representaciones, con facilidad, pueden modificar y moldear los esquemas mentales de

un individuo. Especialmente si este sujeto es un niño o niña, y promover un comportamiento positivo o una diferenciación negativa.

Teniendo en cuenta que la asociación estadounidense de psiquiatría, durante casi todo el siglo XX, mantuvo a la homosexualidad dentro de la lista de enfermedades mentales, no sorprende que las representaciones y percepciones de grupos LGBTI sean consideradas negativas. Por lo tanto, aparece un fenómeno que es descrito por Potter y Kappeler (2006), denominado "pánico moral", y se da cuando "un grupo o actividad es percibida como una amenaza a la estabilidad y bien-estar de la sociedad". Para generar una situación social de pánico moral, los medios deben jugar un papel primordial, estos se encargan de "exagerar" o "fabricar" información respecto al grupo o actividad en cuestión. (McGovern, 2011. PP 4). Por ejemplo, "la aparición de la epidemia de SIDA de 1980 y hasta 1990, permitió a los estadounidenses percibir que la enfermedad afectaba únicamente a miembros de la comunidad LGBTI. Esta percepción pública etiquetó a los afligidos por esta terrible enfermedad como una "amenaza" a la seguridad de la sociedad como conjunto." (McGovern, 2011. PP 5).

Pese a que la sociedad ecuatoriana se encontraba ubicada a miles de kilómetros de distancia, estas percepciones erróneas se esparcieron por las sociedades conservadoras, incluida la nuestra. La discusión que nació de la eliminación de la homosexualidad de la lista de enfermedades mentales de la APA, dio lugar a una teoría que se basaba en la elección de la homosexualidad. Esta discusión dio lugar a una percepción negativa descrita por Blackwell (McGovern, 2011. PP 5) la cual se denominó "modelo de elección libre de la homosexualidad", "Al vender la idea de que ser gay es una decisión individual, la sociedad empuja de vuelta, aterrorizada de que alguien sea capaz de elegir el camino de la homosexualidad".

Durante la década de 1990, la discusión toma un nuevo rumbo al aparecer un artículo de la TIME Magazine, denominado "La búsqueda del gen Gay". Aquí se buscaba relacionar a la homosexualidad con un gen obtenido desde la concepción. Es decir, si consideramos que la "elección de ser homosexual", podría ser considerada como la crianza, la teoría del "gen Gay", se relacionaría directamente con la naturaleza, trayéndonos de vuelta a la discusión de naturaleza contra crianza. Este último suceso, y nos referimos a las percepciones del público general tras esta publicación, fue uno de los factores principales en generar el rompimiento epistemológico que se mencionó antes en relación a los temas de género y sexualidad. Los grupos que discriminaban dejaron de ver a los homosexuales como criminales por elección.

Los párrafos anteriores tienen como objetivo ejemplificar la influencia de las percepciones basadas en los medios, sobre todo de los comportamientos posteriores, buscando resaltar la influencia que pueden llegar a tener. Un estudio realizado por Calzo y Ward (2009, PP 280-299), indicó que la percepción de la homosexualidad en el público varía de acuerdo a la programación mediática, en específico, cambia dependiendo el segmento al que se encuentra dirigido. El mayor descubrimiento del estudio, arrojó que si se diera un enfoque general de las percepciones de la homosexualidad, es decir, si los medios presentaran representaciones similares de la comunidad LGBTI, se podría crear una conciencia colectiva que acepte o por lo menos no violenta las narrativas LGBTI.

Todo esta información es relevante, principalmente para entender las razones detrás de una sociedad que tiene socializadas las actitudes y comportamientos de una comportamientos violentos desde la diferenciación negativa. Por lo tanto, se puede afirmar que una de las principales problemáticas que busca combatir el trabajo posterior a este escrito, nace de un "Pánico Social" en las sociedades conservadoras. Un pánico

social que no solamente choca con el modelo moderno de ser hombres, de la familia, al incluir la posibilidad de una familia con dos padres varones o a la inversa, sino que proviene directamente de un pánico a la extinción de la raza humana, al no existir una posibilidad de reproducción natural en parejas homosexuales. Este pánico social, es la principal fuente de una socialización de estereotipos y roles de género, así como las actitudes y comportamientos de diferenciación negativa posteriores dentro de las sociedades conservadoras. Una actitud, que incluye estos factores, y por ende, puede asumirse, que existe un pánico social, debido a los anteriores factores, a que nuestros hijos e hijas, nazcan con preferencias, actitudes o comportamientos sexuales que no se apeguen a las concepciones socializadas. Eventualmente convirtiéndose en violencia. Y más allá de la orientación sexual de una persona, basándonos en todo lo que puede abarcar la diferenciación negativa.

Estas prácticas y conceptos, que al parecer de los autores, son totalmente erróneos, pueden significar una realidad llena de dolor para los individuos que no caen dentro del molde. Teniendo en cuenta la ruptura epistemológica de la década de los años 90, se puede decir que cada día más personas permiten a sus hijos jugar con muñecas o a sus hijas jugar al fútbol, es decir se permite romper los roles y estereotipos esperados, sobre todo en países desarrollados. Por ejemplo, podemos encontrar historias conmovedoras como la de Haylee Bazen, quien defendió su posición frente a una mujer que la insultaba a ella y a su hijo, por permitir que el pequeño salga a la calle disfrazado de princesa. Pero el caso en países no desarrollados, muchas veces sigue siendo parecido a la situación previa a los 90's.

Una situación que se dio durante una época en donde las agresiones y actitudes discriminatorias en contra de los grupos LGBTI alcanzaron nuevas alturas sobre todo debido a como se mencionó antes, la epidemia de VIH que explotó durante los 80's, la

cual aporó al pánico social de la muchedumbre. No solo fue durante esta época en donde se registraron conductas provenientes de una percepción negativa de este grupo. Por ejemplo, no todos conocen la historia de Harvey Milk, quien se convertiría en la primera persona abiertamente homosexual en ser elegida para un cargo público. La historia de Harvey en la política nace desde los movimientos contraculturales de los años 60. En este caso particular, la agresión de la época contra las personas homosexuales llegaba hasta los peores niveles. Harvey Milk fue asesinado en noviembre de 1978. Y este tipo de situaciones, pese a que cada día se registran ofensas o agresiones, a nivel global, han disminuido con el paso del tiempo.

Estas situaciones no solo fueron espontáneas y específicas en cuanto a ataques por parte de terceros, el daño de las conductas nacidas de los preceptos de diferenciación negativa en cuanto a temas de género y sexualidad alternativos, no solo afectan negativamente a las víctimas de discriminación o agresión, sino que pueden tener repercusiones muy graves para los perpetradores también. Se realiza esta afirmación, por un lado, debido a que la ley castiga de diversas maneras a los agresores y así se puede ver comprometido su futuro. Y por otro lado, aunque menos sea menos necesario realizar una aclaración, las víctimas de: Agresiones varias, o de los traumas psicológicos debido a agresiones, o al hecho de simplemente no encajar en un precepto socializado, sobre todo en los años posteriores a la niñez.

Este problema, sobre todo en sociedades menos desarrolladas, se puede ver ejemplificado en la siguiente cita traducida por los autores: " la juventud gay se enfrenta a un ambiente hostil y desaprobador, abuso físico y verbal, y el rechazo y aislamiento de parte de la familia y sus iguales" Los jóvenes gay o lesbianas son dos a tres veces más propensos a intentar y cometer suicidio. El reporte, recomienda, modestamente, un "fin (a la) discriminación en contra de la juventud basándose en características como...la

orientación sexual". (Sedgwick, 1991 PP 3). El reporte citado dentro de la anterior cita, proviene de un informe del departamento de Salud y Servicios Humanos de Estados Unidos , lo cual nos lleva a entender la importancia con la que se trató el tema en ese momento, y como se puede concebir que se trata a la temática en países subdesarrollados . Por lo tanto, la necesidad de tomar acción, en cuanto a la sociedad nacional, toma un sentido más urgente.

### **Conclusiones:**

- Se puede concluir que los medios de comunicación, especialmente la televisión, pueden convertirse en medios de transmisión, y eventual perpetuación de comportamientos violentos de diferenciación negativa en cuanto a grupos que no son representados positivamente dentro de los medios.
- Es necesario iniciar una campaña enfocada en terminar con la perpetuación de estos estereotipos, principalmente desde los medios de comunicación masivos que transmiten contenido diseñado para niños, principalmente a que se considera primordial la producción de modelos contemporáneos que incluyan las narrativas contemporáneas, las cuales rompan con la perpetuación de los estereotipos violentos adheridos a la masculinidad.
- Los niños son el futuro de la sociedad humana, y si se quiere realizar una campaña exitosa en este sentido, es necesario enfocarla en este segmento de público para que sean las mismas generaciones futuras las que acaben con estos comportamientos, pensando en el refuerzo que deben dar los padres en la crianza así como en el control de los medios.

- Al analizar a profundidad las series infantiles que presentan narrativas o temáticas "Queer", se puede afirmar que dentro de la programación nacional, estos temas son dejados de lado con pocas excepciones. Es por esto que se concluye finalmente, que una campaña enfocada en el ámbito nacional es de mayor necesidad. Ya que a nivel internacional, o en TV por cable, existen varios shows que presentan estos temas.(Pink News, 2015).

## Marco Teórico Nacional:

### **Objetivo General:**

El objetivo principal de la segunda parte de esta investigación tiene como meta obtener un entendimiento de los comportamientos violentos que parten de la diferenciación negativa dentro de la sociedad ecuatoriana. Tras obtener estos conocimientos se buscará realizar una campaña enfocada en generar un rompimiento de la reproducción de los mismos.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar la realidad de los grupos LGBTI en el Ecuador a través de distintos medios como documentales y entrevistas a profundidad para identificar la situación de posibles narrativas masculinas que rompan la hegemonía moderna y sean o hayan sido víctimas de comportamientos violentos.

- Identificar estudios de caso concretos en cuanto a la calidad de las percepciones de la sociedad ecuatoriana en general sobre la masculinidad, es decir, cuales son los estereotipos y roles que se podrían considerar violentos adheridos al prototipo masculino del subconsciente colectivo. El objetivo es poder segmentar y elegir un grupo de público específico para enfocar la campaña. Identificando los tipos de violencia más reproducidos y el sector del país donde sucede.
- Recopilar y utilizar cifras y datos estadísticos que refuercen los preceptos mentales identificados en el paso previo.
- Hacer una revisión de comentarios en los documentales, redes sociales y páginas de opinión con el objetivo de obtener información más profunda y posiblemente amplíe o enfoque más el trabajo de investigación previo con la intención de tomar un enfoque a largo plazo, pensando en una campaña que busque generar un cambio real(¿Presupuesto?). Teniendo en cuenta los 3 pilares del desarrollo del comportamiento mencionados en el segmento anterior.

### **Marco metodológico de investigación:**

Como marco metodológico investigativo en primer lugar, se buscó la forma más eficiente de obtener información cualitativa sobre la realidad de los actos violentos que sufren los miembros del colectivo GLBTI en el Ecuador. Partidos de la diferenciación negativa (DF). Para esto, debemos entender que se ha elegido a este grupo debido a como se mencionó antes, a que los miembros de este grupos generalmente no tienen cabida dentro de los estereotipos modernos. Y por ende, sobre todo en sociedades conservadoras, sufren de acciones violentas en su contra. Es necesario entender que la campaña a ser desarrollada posteriormente a esta investigación, busca el rompimiento

de la perpetuación de estereotipos de género masculinos relacionados directamente a comportamientos violentos.

En primer lugar, se entrevistó a tres personas jóvenes pertenecientes al colectivo GLBTI. Estas personas fueron elegidas por principales razones: su juventud y el conservador ambiente familiar. Estas personas han preferido mantenerse en el anonimato, no por miedo a represalias de algún tipo, sino con el objetivo de enfatizar la problemática como una generalidad en el Ecuador, es decir, buscar una manera de demostrar la generalidad de las actitudes de diferenciación negativa. En estas entrevistas se pudo identificar, una característica en similar común, así como lo comprueban los datos estadísticos más adelante, que comportamientos violentos no solo se dan dentro de un contexto público o social, en algunos de los casos, suceden desde la misma familia del sujeto en cuestión. Es decir, en muchos casos, son los padres o familiares mayores quienes tienen actitudes violentas en primera instancia.

Si consideramos los pilares del desarrollo (ambiente familiar, medios de comunicación, estructuras) y los datos estadísticos sobre violencia intrafamiliar presentados más adelante, se puede empezar a observar un patrón de la perpetuación de dichos comportamientos. Es una posibilidad preguntarnos a nosotros mismos ¿existe alguna relación de la perpetuación de la violencia en general fuera de comportamientos de diferenciación negativa hacia un grupo en específico?

“A mi hijo le pasaba inscribiendo en talleres, cursos, karate, futbol, esto, aquello... Es como si los padres no tuviéramos hijos, sino más bien una especie de juguetes a los que podemos vestir y manejar a nuestro gusto. Y claro, cuando no nos gusta o no nos parece lo que hacen les regañamos o antes no era raro que los papás peguen a los hijos” (Benítez, 2017. Entrevista).

Tras dar por concluida la etapa de entrevistas a profundidad de los autores, fue necesaria realizar una reunión más con el experto en antropología de la Universidad San Francisco de Quito, Juan Pablo Viteri. En esta reunión, se entendió la necesidad de enfocar más aun la discriminación hacia los individuos nacidos con sexo biológico masculino. Principalmente debido a que una sociedad conservadora, se guía bajo estándares patriarcales. Es decir que es una sociedad como la ecuatoriana, tiene como línea de pensamiento principal una sociedad estructurada en donde el hombre (género masculino), tiene sus funciones, actitudes y comportamientos muy bien definidos. Y por esta razón, los comportamientos que nacen de la diferenciación negativa, pueden ser enfocados con mayor frecuencia hacia este segmento de la comunidad LGBTI.

Para profundizar en esta problemática, se realizó un análisis a profundidad de producciones mediáticas que traten temáticas LGBTI. Entre ellos podemos encontrar artículos periodísticos, y aproximadamente seis documentales del ámbito nacional. En ellos se evidencian las diferentes formas de violencia que sufre este segmento en el país. Los documentales presentaron historias de vida repartidas en diferentes provincias y segmentos socioeconómicos, enfatizando el alcance nacional de la problemática a ser tratada, es por esta razón que se los toma como piezas fundamentales de este trabajo.

Probablemente uno de los puntos clave que han permitido la elaboración de un marco teórico nacional, es la serie de comentarios y aportes personales del público en general, normalmente ecuatorianos, dentro de cada una de documentales y literatura analizados para realizar este trabajo. Esta serie de comentarios no solo nos permite tener un entendimiento de las percepciones sobre la temática GLBTI de personas en contra de cosmovisiones alternas, sino que nos ayuda a identificar puntos clave que guían la discusión de la violencia en general en la actualidad. Por otro lado, también nos invita a conocer las opiniones de personas de grupos GLBTI, así como de personas no

pertenecientes al grupo a través del análisis de distintos tipos de representaciones que se dan en los medios analizados. ¿Son positivos estos ejemplos o tienen repercusiones negativas en los esquemas mentales de la sociedad ecuatoriana?

### **Estadísticas y realidad grupos LGBTI en Ecuador:**

En una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en 2013, arrojó que dentro de una muestra de 2800 personas, aproximadamente, el 29% son pertenecientes al colectivo GLBTI. Esto quiere decir que aproximadamente, tres de cada diez personas en el Ecuador, se identifican como parte de este grupo. Otro dato interesante, de la misma investigación, explica que dentro de la comunidad GLBTI existe un porcentaje elevado(66,7%) de personas que rondan entre los 20 a 34 años de edad, es decir, que es un colectivo mayoritariamente joven. Podemos entender esto guiándonos por ideas elaboradas desde los documentales observados, principalmente, como una reacción a la despenalización de la "práctica" la homosexualidad dentro de la constitución en el año 1997.

Podemos entender que la despenalización se da muy poco antes de iniciar el siglo XXI, lo cual da lugar a afirmar que la sociedad ecuatoriana, sobre todo por su apego a la religión católico/cristiana, resulta una sociedad conservadora que puede tener tendencia a diferenciar negativamente a personas que no caen dentro de los estereotipos clásicos. Podemos resaltar esta afirmación tomando en cuenta que dentro de la muestra del análisis del INEC, se puede ver que de ese 29,1% de personas GLBTI, un 77,1% son solteros, pero el dato sorprendente aquí, es que 2,4% de las personas GLBTI, están casados, formalmente. Este dato sorprende, ya que en el Ecuador, el matrimonio de personas del mismo sexo no se encuentra legalizado.

“Adicionalmente se sanciona como tortura el forzar el cambio de la identidad de género u orientación sexual de las personas (COIP, art.151.3)” Esto nos indica, que el estigma con el cual se observa a los grupos GLBTI, dentro de la sociedad ecuatoriana, puede llevar a que personas vivan dos vidas casi por completo, todo por hacer honor a preconcepciones modernas de sexualidad y género de una sociedad conservadora. Lo cual puede ser considerado como una acción de violencia autoinflingida.

. En la actualidad, el código penal de la constitución, en el Art.11 y 66 en concordancia con el Art. 341 garantizan los derechos de las personas, a los cuales el Estado debe generar las condiciones para la protección de los mismos. El artículo 11 numeral 2, de la Constitución del Ecuador expresa que “Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de sexo, identidad de género..., orientación sexual.... La ley sancionará toda forma de discriminación...Será sancionado con prisión de seis meses a dos años el que cometiere actos de violencia moral o física de odio o de desprecio contra una o más personas en razón del color de su piel, su raza, religión, origen nacional o étnico, orientación sexual o identidad sexual, edad, estado civil o discapacidad. Si de los actos de violencia a que se refiere este artículo, resultare herida alguna persona, los autores serán sancionados con prisión de dos a cinco años. Si dichos actos de violencia produjeren la muerte de una persona, sus autores serán sancionados con reclusión de doce a dieciséis años. (Constitución del Ecuador, 2008).

Pese a la regulación de ley para incluir los delitos de odio como una ofensa castigable por la ley, “La FEE, en su afán de recolectar información contrarrestada sobre los temas referentes a los derechos de los LGBTI, consultó con la Fiscalía General del Estado la existencia de algún tipo de clasificación para identificar las denuncias de las

personas LGBTI, particularmente en casos de homicidio, asesinato y lesiones. La institución ante mencionada contestó que las denuncias son ingresadas en función del bien jurídico protegido y la edad del sospechoso o procesado. Sin embargo, no hay forma de saber si las víctimas son personas LGBTI, ni aún en los casos de delitos de odio, pues en tales casos sólo hay una estadística general del número de delitos de odio denunciado (132 en todo el país durante el 2014), aunque no se conoce la motivación del delito. También vale recordar que, en la actualidad solo ha existido una sentencia por delito de odio en el Ecuador, y corresponde a un tema de racismo.” (Freire, B. 2015).

Por lo tanto, podemos entender como hasta en un nivel gubernamental, el tema de la violencia por temas relacionados a orientación sexual o género, no es tratado con la suficiente seriedad. Podría decirse que no se le ha dado la importancia suficiente, sobre todo si pensamos en que no existe un distintivo o código dentro de la fiscalía para clasificar a los crímenes de odio dentro de una categoría específica como podrían ser los crímenes de odio en cuanto a raza, o a la religión. Una categoría especial para los crímenes por diferenciación negativa. Por lo tanto podemos ver como esta problemática es extrapolada hasta el nivel institucional y de control.

“Con respecto a la necesidad de capacitación a sus funcionarios, la Fiscalía General del Estado, informa que la Dirección de Escuela de Fiscales provee formación, sensibilización y capacitación del personal en temas de género y derechos humanos. Sin embargo esto en la práctica parece no estar pasando, puesto que varias veces hemos acompañado a usuarios de la FEE a realizar denuncias y lamentablemente nos hemos encontrado con un desconocimiento absoluto de temas de género y diversidad sexual por parte de los funcionarios de atención al público.” (Freire, B. 2015).

Pero una vez más, debemos volver a la temática de los medios de comunicación y sus representaciones estereotípicas. En Ecuador, se puede considerar que las representaciones mediáticas de personas que no caben dentro del molde clásico de sexualidad y género, son totalmente exageradas y discriminatorias. “ nos sabemos de memoria la caricatura homosexual en nuestra programación estelar: amanerado, exagerado, sensible, sexual. Ante todo, con el único propósito de hacer reír. Aunque muy católica y machista, la sociedad ecuatoriana adora a este personaje afeminado y predecible, usualmente el hazmerreír del show... Toño Palomino del actor Martín Calle... Nos reíamos de Angelo Bembahona, y Piruba porque eran hombres actuando como mujeres con exageraciones ridículas. Todos sabemos qué significa cuando una comedia ecuatoriana pone esa fanfarria cursi de trompeta: una insinuación homosexual, un aviso de que es hora de reírnos de los maricones en pantalla. ” (Torres, X. 2016).

Si tenemos en cuenta que durante las edades de 3 a 7 años es cuando se forman la mayoría de esquemas mentales de un individuo, no es erróneo pensar en que dichas representaciones en forma de burla del colectivo GLBTI, aporten a la formación de esquemas de diferenciación negativa dentro de la sociedad ecuatoriana. Sobre todo si consideramos que de acuerdo con datos estadísticos del Instituto Ecuatoriano de Censo (INEC, 2013), y Estadísticas, el 94% de la población ecuatoriana tiene un televisor en su hogar. Más aún si pensamos en que de acuerdo con la misma fuente, 90% de los ecuatorianos tiene más de un equipo en su hogar (2).

Ahora, no solo debemos tener en cuenta las representaciones de por ejemplo, grupos LGBTI en el medio de mayor consumo a nivel nacional (la TV), sino es necesario entender que estereotipos dominan la programación. Por un lado, Por ejemplo, de acuerdo con datos de la Corporación de Participación Ciudadana del Ecuador, las mujeres son representadas generalmente como las amas de casa. En

muchas ocasiones hasta como un "objeto decorativo" o con función de complacer a su contraparte masculina. Normalmente el valor de un personaje femenino se lo encuentra directamente relacionado al aspecto físico. Por otro lado, los hombres se encuentran representados directamente bajo un modelo patriarcal, moderno y conservador. Es decir que los hombres se ven representados por las siguientes características estereotipadas: Fuertes, dominantes, conquistadores, y nada activos en las tareas domésticas.

El hecho de que un individuo, no logre acoplarse a los estándares estereotipados dentro de una sociedad conservadora puede tener efectos perjudiciales. Así como se mencionó en la parte teórica internacional de este trabajo, la violencia no solamente proviene de terceros, un individuo puede atentar contra sí mismo debido al sentimiento de rechazo y soledad. En Ecuador, los efectos negativos de las conductas de diferenciación negativa pueden llegar a nuevas alturas. En años recientes han disminuido las acusaciones de estos hechos, pero hace algunos años, no era sorpresa encontrarse con una noticia acerca de "centros de rehabilitación" para la homosexualidad, en donde la tortura era la principal "medicina" con la que se intentaba "tratar" a estos individuos.

Como ejemplo de esto se toma la entrevista para el documental "¿DÓNDE ESTÁ LA DIFERENCIA? COMUNIDAD GLBTI-IBARRA" (2014) con Cristian Cadena, un joven homosexual que relata su tiempo dentro de uno de estos centros, en donde los abusos físicos, psicológicos y sexuales son constantes. Vale la pena mencionar que diferentes organizaciones como el grupo "Equidad" han trabajado en procesos legales para clausurar estos centros. Pero la realidad es que para la aparición de centros como estos se necesita de personas que tengan a la homosexualidad dentro de una percepción de "enfermedad". Lo cual se puede relacionar directamente con grupos extremadamente conservadores.

Otro ejemplo claro de los comportamientos de diferenciación negativa dentro del país, se puede evidenciar dentro del mismo documental, en este caso a nivel estructural. En la entrevista con el profesor universitario Silverio Laquidan de la provincia de Imbabura, se puede ver la siguiente afirmación: "Inclusive los de la OMS, están advirtiéndome que la homosexualidad está infiriendo claramente en varios aspectos de la persona. Por ejemplo, en tiempo de vida, un homosexual que "practica la homosexualidad" tiene menos años de vida que un heterosexual, eso está comprobado." (Laquidan, 2014).

Los comportamientos de diferenciación negativa llegan hasta el nivel corporativo dentro del país, un claro ejemplo de esto se da en el caso de "sweet & coffee". En donde se prohibió la entrada a un evento corporativo a dos empleados trans por ir vestidos como ellos se sentían mejor consigo mismos.

Otra de las problemáticas que nacen de actitudes de diferenciación negativa, aunque realmente mucho más leve que los casos de violencia física, es el problema de la "aceptación". No como algo negativo, sino como una forma de discriminación subconsciente. Con esto se hace referencia a comentarios en forma de "micro-agresiones" verbales. Es decir, agresiones como la expresada por una de las personas entrevistadas en la producción audiovisual investigativa "¿Qué harías si tu hijo fuera homosexual o tu hija lesbiana?" de Nuria Segovia en 2015. En la mayoría de los casos, o más bien dicho en la mayoría de entrevistas se hacía referencia a términos como "hay que aceptarles por como son". El simple hecho de necesitar afirmar la aceptación conlleva o denota un aire de discriminación, ya que solo se debe "aceptar" a quien no aceptamos de inicio.

## **Medios, violencia y sociedad:**

Ahora que hemos comprendido la realidad y la existencia de las acciones violentas por diferenciación negativa, es necesario entender y adentrarnos más a la realidad de los medios y la audiencia nacionales. En cuanto a la programación en sí misma, junto con los espacios publicitarios de una muestra de 182 programas de las mayores cadenas televisivas nacionales (Teleamazonas, Ecuaviza, RTS, TC, Canal 1, ECTV), se pudo identificar, de acuerdo con la misma fuente, que 52,74% % de los shows tienen representaciones sexistas o estereotipadas bajo preceptos modernos. Mientras que en los comerciales, el 69,44% de estos son de índole sexista y estereotípica.

En cuanto al tema de realizar una decisión para elegir un público objetivo de la campaña que vendrá, no podemos realizar una elección específica de una segmento o población, lo que si podemos afirmar es que de acuerdo a nuestras encuestas, datos del INEC y al análisis de las diferentes producciones mediáticas y opiniones del público sobre las mismas. Pero debemos tener en cuenta los siguientes datos: Dependiendo el tipo de violencia en cuanto a género podemos afirmar que los mayores incidentes se basan en 1.- Violencia psicológica y 2.- Violencia física (53.9% y 38.0% respectivamente). Por otro lado, el área en donde se da un mayor porcentaje de agresiones de género dentro del país, es en el sector urbano (61,4%).

Otro tema importante, se basa en la ubicación dentro del país. En este caso, los casos de violencia de género o discriminación sexual, tienen a Morona Santiago, Tungurahua, Azuay y Pichincha como las provincias con mayor incidencia. Finalmente, dentro de las diferentes etnias del país, basándonos en la fuente de los datos anteriores

(INEC), la etnia donde se presentan más casos de violencia de género es la etnia Indígena, con un 67,8% de tasa de incidencia.

Para quien aún no considere que existan estereotipos que guían la realidad de la relación directa que existe entre ser hombre en el Ecuador con tomar posturas o comportamientos violentos en situaciones específicas. Una realidad que se ha normalizado a nivel consciente y subconsciente dependiendo del tipo de violencia expresado a través de los 3 ejes del desarrollo del comportamiento mencionados en la investigación bibliográfica. Actitudes como simples posturas respecto a si una chica o chico debe/puede o no realizar una actividad estereotipada. O casos de "hay que pegarse porque soy hombre" cómo se puede observar en el material audiovisual de una de las actividades que se realizó con los chicos de la Fundación FEVI.

Las cifras INEC indican que en 9 de cada 10 casos de asesinato, los perpetradores son hombres. De igual forma, las mismas cifras indican que en 9 de cada 10 casos, las víctimas son hombres. Así como el hecho que únicamente en lo que vamos del 2017, los casos de feminicidio en el Ecuador han llegado a ser 15 casi el doble (8) que el año anterior (DINASED). Dos ejemplos de una realidad que normaliza la violencia en el país, no solo de género, económica, física, por diferenciación negativa, es la violencia como tal, de fondo la que se encuentra naturalizada. Y por eso se insta a cambiar el enfoque de la campaña a futuro.

**Conclusiones y Recomendaciones:**

- Como primera conclusión nos queda que las generaciones contemporáneas, es decir los jóvenes de la actualidad, presentan en menor medida actitudes y comportamientos discriminatorios contra individuos fuera del molde moderno, las cuales podrían resultar en comportamientos violentos que parten de la diferenciación negativa. Pero esto no resta importancia al hecho que sobre todo las generaciones anteriores, al verse relacionadas más estrechamente con preceptos clásicos de sexualidad y género, los comportamientos de diferenciación negativa continua perpetuándose en cierta medida, especialmente hacia este grupo. Por esta razón así como se mencionó, se insta a cambiar el enfoque de la campaña a futuro y utilizarla como herramienta de desnaturalización de la violencia. Principalmente debido al hecho de que al cuestionar únicamente uno o pocos tipos de violencia se legitima el resto de sus formas. Y es de esta manera que al ver este ejemplo, las nuevas generaciones aceptan y acatan ciertos comportamientos como normales.

- Los medios de comunicación, aunque no se los puede categorizar como 100% responsables de moldear los esquemas mentales de un individuo, afianzan las creencias y expectativas de una persona, como se demuestran en el anterior segmento. Pensando en un enfoque a futuro y teniendo en cuenta las representaciones estereotípicas de los programas de TV nacionales, así que es necesario enfocar la campaña en varios segmentos de públicos con un mensaje específico para cada grupo.

- Por un lado, se debe trabajar con un segmento de niños entre los siete y nueve años de edad, justamente una edad en donde aún se forman los

patrones de conducta pero ya se tiene una mayor capacidad de entendimiento y reflexión.

- Así, mismo es necesario pensar en enfocar la campaña ha segmento de edad mayor. Con el fin de abarcar el espectro completo de la perpetuación de la violencia. Es decir enfocarnos en personas mayores hombres y mujeres mayores que presenten nuevos ejemplos a seguir y controlen el contenido al que acceden los más pequeños.

## Campaña Resultado de la investigación:

### **Tema de campaña:**

“Transforma la Norma: Hombre Si, Violento No” es una campaña de comunicación basada en los principios del Mercadeo Social enfocada en la concientización y prevención de la violencia. Por lo tanto se enfoca en sus medios de transmisión y en la forma como se ha naturalizado a través del tiempo. Ella busca generar a largo plazo un rompimiento de la naturalización de comportamientos violentos a través de la interacción con tres segmentos de público con el mensaje de la campaña. El mensaje que se busca comunicar es “Hombre Si Violento No”, éste toma diferentes formas y acciones al enfocarse en cada segmento.



Figura1. Logo campaña

### **Antecedentes:**

Para realizar una campaña de cualquier tipo, en primer lugar es necesario investigar el tema a profundidad. Por esta razón, antes de implementar la campaña a ser descrita a continuación, se realizó una investigación bibliográfica y estadística a nivel internacional y nacional respecto a las temáticas de: Desarrollo del comportamiento, sexismo, Influencia de los medios en el desarrollo, así como estereotipos de género representados en los mismos y violencia en el Ecuador. Finalmente se realizó investigación cuantitativa para conocer la realidad que viven individuos que no logran entrar en el molde del hombre estereotípico del ideal colectivo ecuatoriano al pertenecer al colectivo GLBTI y el alcance de la violencia por diferenciación negativa.

### **Justificación:**

Al realizar la recopilación de información, la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa, se pudo confirmar que la realidad es que la violencia se ha naturalizado de tal forma que se incentiva uno o varios tipos de violencia, mientras que se castiga ejemplos específicos. Todo bajo razones superficiales que podrían ser categorizados dentro de comentarios como: "Déjales que se peguen así son los hombres". Es por eso que es necesario enfocar la campaña en la violencia como un ente general que parte de estereotipos relacionados a la masculinidad.

### **Públicos objetivos y mediciones iniciales:**

De acuerdo a la investigación bibliográfica respecto al desarrollo del comportamiento, así como a la influencia de los medios de comunicación, se eligieron los siguientes segmentos de público objetivo:

- Segmento Principal: Niños y niñas entre 7 y 12 años del centro de ayuda en tareas y recreación de las tardes "Casa FEVI".
- Padres y comunidad de niños de casa FEVI.
- Comunidad USFQ y Comunidad General.

Fue necesario entender de qué manera están arraigados los comportamientos violentos en la masculinidad, y si en realidad son preceptos que se han naturalizado a través del tiempo. Por esta razón se decidió hacer una especie de encuesta con los niños de FEVI.

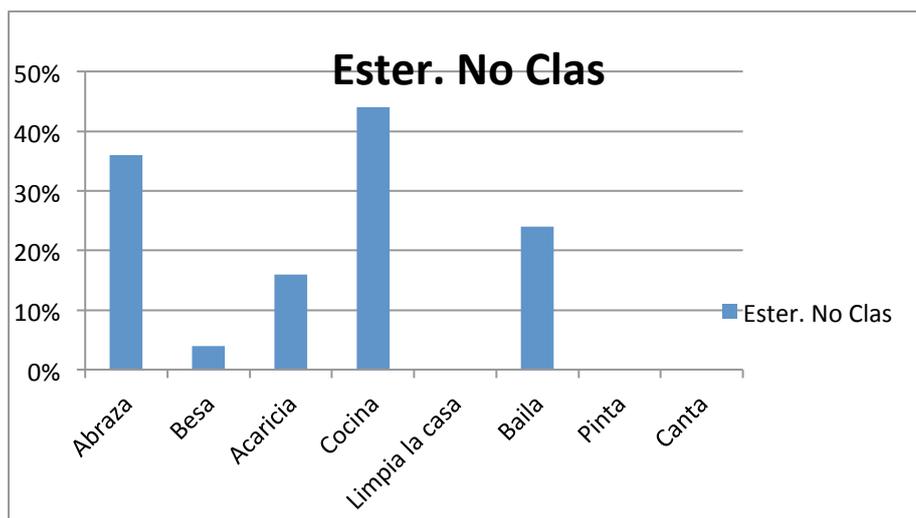


Figura 2. Medición inicial no clásica.

Esta se basó en un trabajo didáctico muy simple (Imágenes anexo H). Se entregó una hoja con un dibujo de un hombre, así como una lista de diversas acciones, profesiones, etc... que podrían caer bajo preceptos estereotípicos masculinos como femeninos. Lo que les pedimos a los 25 niños de FEVI, es que ellos peguen en la hoja con el muñequito las palabras que mejor describan a un hombre. Estos fueron los resultados a la pregunta ¿Que hace un hombre?:

En la tabla anterior se puede constatar que bajo estereotipos no clásicos de masculinidad. O más bien dicho, bajo estereotipos o roles de comportamiento no modernos, se puede observar que únicamente la idea de que un hombre puede ser el responsable de cocinar llega a tener un 44% de aceptación entre los 25 chicos de FEVI. Cifras muy bajas en realidad, que se ven opacadas por los resultados de los términos referentes a estereotipos clásicos o modernos:

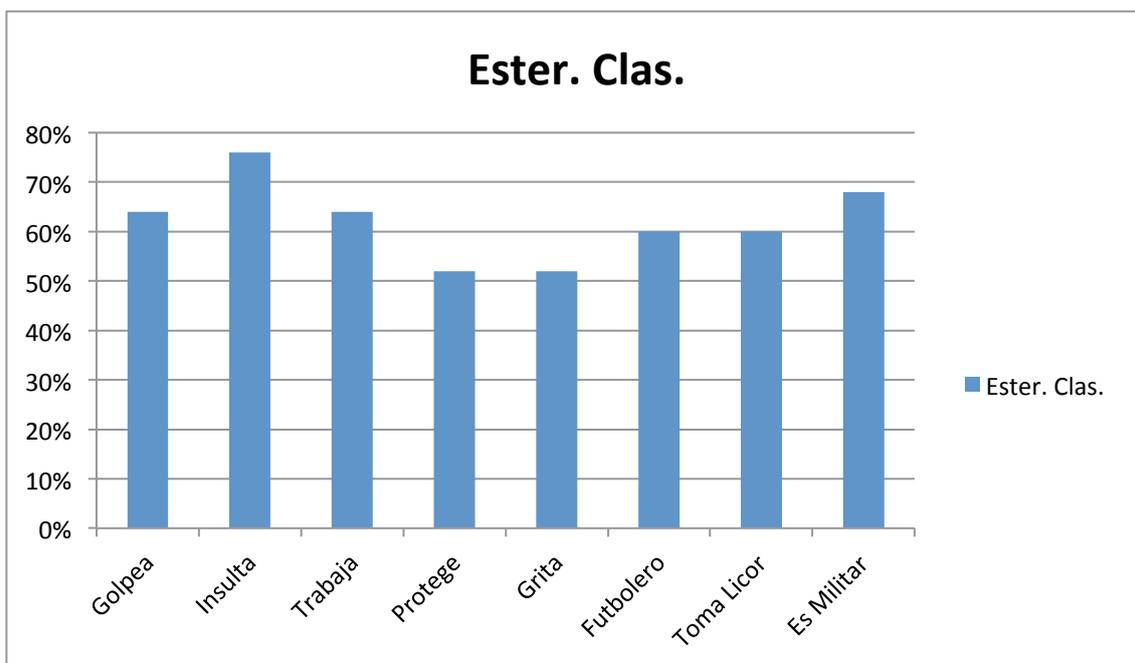


Figura 3. Medición inicial clásica.

Por lo tanto se puede observar que el grupo objetivo elegido es el indicado. Sobre todo al tener en cuenta esta breve investigación que demuestra los moldes de comportamiento y estereotipos y roles de género que los chicos han interiorizado.

### **Objetivo General:**

Llevar a cabo una campaña integral de Mercadeo Social en un periodo de dos meses que genere concientización sobre los medios de naturalización, y por ende, un rompimiento en la perpetuación de comportamientos violentos a largo plazo.

### **Objetivos específicos:**

- Lograr generar un dialogo interno y entre iguales dentro del espacio de casa FEVI.

- Realizar por lo menos una charla con los padres y comunidad de los chicos de casa FEVI.
- Realizar por lo menos dos capacitaciones enfocadas en la comunidad general y comunidad USFQ.
- Generar un producto y un evento benéfico con lo que se recaude por lo menos \$150 para ser donados a una fundación que trabaje en temas de violencia.
- Lograr cobertura, menciones o espacios en por lo menos 10 medios de comunicación masivos y/o generar \$5000.00 en utilidades de prensa gratuita.
- Organizar un evento de lanzamiento de la campaña en donde se genere discusión en torno a los temas de la campaña.
- Realizar una propuesta de activismo de campaña a ser entregado en la Asamblea Nacional del Ecuador.
- Obtener por lo menos 500 seguidores en Facebook y otras redes sociales.

### **Descripción general:**

La campaña nace como una iniciativa de un proyecto de tesis de la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco. Una propuesta de Ignacio Cordovez y Juan Konstantin Garcés, con el objetivo último de concientizar y prevenir todo tipo de violencia. Se enfocó en generar discusión en los niños con los que trabajamos, con sus padres se buscó fomentar el control sobre los medios de comunicación y al contenido al que acceden sus hijos, así como la importancia de poner el ejemplo el cual fue el enfoque con la comunidad general.

### **Producto Comunicacional:**

Como producto de campaña se produjeron una serie de gorras estilo camionero con el logo de nuestra campaña. Los colores de las gorras podían ser a disposición del cliente, entre una variedad de 10 colores. Principalmente se realizó la venta de las gorras durante las actividades de la campaña como las conferencias o eventos varios. El simbolismo detrás de la gorra hace referencia a la necesidad de "enfriar la cabeza" para mantenernos fuera de situaciones violentas. Se produjeron dos presentaciones en nivel de calidad, con el símbolo bordado o impreso. A \$15 y \$10 respectivamente. Finalmente se logró comercializar 16 unidades con lo que se recaudó \$139.00.

### **Padrinos de campaña:**

Los elegidos como padrinos de campaña fueron los integrantes de la banda de Rock ecuatoriana "Verde 70". Principalmente la razón se debe a que un músico no cae dentro de los preceptos estereotípicos socializados de masculinidad. Por otro lado, tienen una gran base de fanáticos y seguidores lo cual los provee de una gran acogida mediática. Pese a su ocupado horario, los integrantes de la banda son parte importante del material audiovisual de la campaña.

### **Aliados Estratégicos:**

La campaña Hombre Si, Violento No, tuvo varios aliados estratégicos principales. En primer lugar, la fundación FEVI con su sede en Lumbisí en donde se trabajó con los chicos y se realizó un acercamiento a los padres. Por otro lado, la

Fundación Azulado, quienes son los beneficiarios de los fondos recolectados por la campaña y así mismo, su representante María José Sevilla participo como panelista en "Recomendaciones para un futuro sin Violencia", una de las conferencias de la campaña. En el mismo estilo podemos encontrar al Grupo de Psicología ALEPH, que liderados por Graciela Ramírez son un grupo especializado en el trabajo con víctimas o perpetradores de distintos tipos de violencia. En cuanto a auspicios y espacios, por un lado el Teatro Ocho y Medio Quito en donde se realizó el evento gratuito de lanzamiento. Mientras que la Asociación de Estudiantes y el consejo general de Universidad Católica del Ecuador fueron cruciales para realizar el evento de cierre en sus instalaciones. Finalmente nuestros dos auspiciantes sin los cuales no se hubiera podido financiar la mayoría del proyecto BUDGET y ECUAWAGEN.

### **Piezas Comunicacionales:**

Para realizar la línea grafica de la campaña se basó todo bajo el concepto y colores del logo de la campaña. Principalmente el símbolo del puño destruyéndose fue el foco de la producción de artes gráficas. Por otro lado, se realizó la cobertura y seguimiento de los diferentes tipos de eventos y acciones de campaña con lo que se realizaron diversas piezas audiovisuales. A continuación un recuento de las piezas comunicacionales:

- Artes para Facebook y Twitter (Anexo A).
- Artes Informativas Facebook y Twitter (Anexo B).
- Artes promocionales e informativos de Eventos (Anexo C).
- Video de Lanzamiento con Verde 70 (Ver CD).

- Video informativo sobre estadísticas de violencia en Ecuador Verde 70 (Ver CD).

- Video cobertura evento de lanzamiento (Ver CD).
- Video Extra 1 (Ver CD).
- Video cobertura BTLS 2 y 3 (Ver CD).
- Roll Up publicitario (Anexo D).
- Cuña de radio (Texto en Anexo E- Ver CD).
- Producto comunicacional. (Anexo F).
- Carta a la Asamblea Nacional del Ecuador (Anexo G).
- Cifras Varias (Anexo H).

### **Actividades de campaña:**

Eventos:

Los eventos de la campaña "Hombre Sí, Violento No" tenían un objetivo principal: Transmitir todos los conceptos con los que trabaja la campaña a una audiencia general para generar discusión interna y obtener un impacto a mayor escala dentro de la sociedad general. El evento de lanzamiento de la campaña "Hombre Sí.. Pero ¿y?" se llevó a cabo en el teatro Ocho y Medio. Se trató de un cine foro con la proyección del documental "The Mask You Live In" (2015) de Jennifer Siebel en primera instancia. Con el decano del Colegio de comunicación y artes contemporáneas de la USFQ, Santiago Castellanos. Un evento con una gran acogida lo cual permitió la apertura de

espacios para realizar el evento de clausura. Se llevó a cabo el 25 de abril en la noche. (20h00).

Por otra parte, el evento de clausura fue una continuación del evento de lanzamiento por lo cual se lo llamo "Hombre Sí.. Pero ¿y? II" y tuvo un enfoque hacia estudiantes universitarios y estudiantes de psicología. Se organizó en conjunto con el gobierno estudiantil de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Quito y la facultad de psicología de la misma universidad. Un evento de calidad benéfico con una donación mínima de \$3 para la Fundación Azulado. El 11 de mayo del 2017 en el auditorio 1 de la torre 1 a las 17h00 en la PUCE.

Activismo:

Como parte de la campaña y su enfoque de lograr un cambio real, se ha elegido a manera de activismo político enviar una carta a la asamblea nacional del Ecuador. En dicha carta dirigida a la presidenta de la asamblea Gabriela Rivadeneira se propone la formulación de una ley que aporte al corte en la perpetuación de comportamientos violentos a largo plazo. El objetivo de la misma es controlar directamente el acceso de menores de edad al uso de celulares inteligentes bajo la razón de la falta de control que tienen los padres sobre el contenido al que acceden o producen sus hijos.

BtIs:

Las activaciones "Below the Line" de la campaña Hombre Si, Violento No consistieron en diferentes actividades en donde se enfatiza el valor del mensaje de la campaña para generar discusión interna en los participantes.

- 1) Nombre: Mandemos las actitudes violentas a volar.



Figura  
4. BTL  
1.

Lugar: Área deportiva del Parque de la Carolina.

Materiales: Globos con helio, hojas de papel, marcadores, “Roll-Up” de TRANSFORMA LA NORMA, Hombre Sí – Violento No.

Objetivo: Crear conciencia en los hombres para que reflexionen sobre las actitudes violentas a las que han sido expuestos debido a su género y que de esta manera entiendan que ser hombre no significa ser violento.

Pasos de desarrollo:

- i. Llenar 40 globos con helio.
- ii. Cortar 40 pedazos de papel.
- iii. Realizar BTL en un espacio público (de preferencia frecuentado por hombres).

iv. Pedir a los participantes que escriban actitudes violentas que hayan vivido durante su vida.

v. Pedir a los participantes que amarren estas experiencias a un globo con helio.

vi. Que cada uno de los participantes haga un compromiso para dejar atrás esta actitud violenta y que no vuelva más.

vii. Que los participantes suelten los globos al aire y los vean alejarse para siempre.

#### Experiencia:

La experiencia de este BTL fue muy enriquecedora debido a que se llevó a cabo en las canchas deportivas del Parque de la Carolina, lugar donde muchos hombres van a desahogarse de la semana por medio del deporte. En un inicio se podían escuchar gritos agresivos durante el partido con frases destructivas como “patea como hombre”, “no seas maricón”, o “juegas como niña”. Tras haber avanzado el BTL los hombres presentes en las canchas escribieron sus mensajes entre risas y alegría y las dejaron ir, comprometiéndose con la campaña. En un inicio los comportamientos violentos, arraigados desde muy pequeños en los participantes, siguieron dándose. Sin embargo, se pudo observar como las personas que participaron en la campaña sentían que el BTL tomaba forma en sus mentes y llegó a convertirse en una dinámica de chiste entre los futbolistas frases como: “Ya loco, no seas violento” o “Sé hombre no seas violento”. A pesar de las risas, los partidos se volvieron menos violentos y los participantes, a nuestro parecer, lograron pasar un buen rato a costo de la campaña.

2) Nombre: Que las actitudes violentas se ahoguen.



Figura 5. BTL 2

Lugar: USFQ.

Materiales: Pecera de vidrio de 100cm x 50cm x 15 cm, tarrinas para agua con logo de TRANSFORMA LA NORMA, Hombre Sí – Violento No, sticker con actitudes violentas, jarra de agua, colorantes amarillo y rojo (para crear el color de la campaña).

Objetivo: Lograr que los hombres entiendan que con pequeñas acciones y colaborando entre todos, la violencia se puede desvincular de la masculinidad y hacer que vaya desapareciendo poco a poco

Pasos de desarrollo:

- i. Colocarse en “Los Leones de la USFQ”
- ii. Llenar dos tarrinas grandes con agua tras el logo de la campaña.

- iii. Colocar la pecera con el arte de las actitudes violentas en la parte de atrás.
- iv. Poner el colorante en polvo en la base de la pecera
- v. Llamar a los participantes a que tras comprometerse con la campaña rieguen una jarra con agua, tomada de las tarrinas de nuestra campaña, dentro de la pecera.
- vi. Observar como las actitudes violentas se van cubriendo poco a poco hasta desaparecer.

#### Experiencia:

La experiencia de este BTL fue muy gratificante debido a que pudimos ver cómo la gente con la que convivimos a diario se iba sumando de manera interesada a la campaña. En un inicio los participantes fueron añadiendo las jarras de agua en la pecera y pudieron ver como frases como “Se Hombre”, “Pégale”, “No te dejes” o “Pateas como niña” junto con imágenes de violencia física iban desapareciendo poco a poco cubiertas por el agua de la campaña. Los mensajes que recibimos fueron positivos e incluían “Que ‘alaja’ esto, buena campaña” o “Esto es lo que necesitan entender todos los hombres”. Al finalizar el BTL, los mensajes de violencia habían sido borrados y la gente seguía queriendo participar en la actividad. Incluso las personas que no participaron se mostraron interesadas en lo que sucedía y se convirtió en un tema de conversación en el área donde se realizó.

- 3) Nombre: Hombre, descarga tu ira.



Figura 6. BTL 3.

Lugar: Parque de Cumbayá

Materiales: Punching Bag, carteles de TRANSFORMA LA NORMA, Hombre Sí – Violento No.

Objetivo: Que los hombres entiendan que pueden descargar su ira de formas saludables mediante el deporte y el manejo correcto de los impulsos.

Pasos de desarrollo:

- i. Colocar un Punching Bag de la campaña en un lugar público.

- ii. Llamar a que los hombres den un mensaje de situaciones en las que son tentados a la violencia.
- iii. Que los participantes se descarguen tanto física como verbalmente con el Punching Bag.
- iv. Lograr concientización en los participantes del manejo de ira.

#### Experiencia:

La experiencia de este BTL fue entretenida debido a que pudimos ver como hombres de todas las edades se acercaban para descargar su ira tanto física como verbal. Las personas que participaron comentaban que hay veces que tienen ganas de explotar contra sus seres queridos, sus compañeros de trabajo o desconocidos en la calle. También nos comentaban como muchas veces no saben como hacer para controlar estos impulsos y que terminan explotando, mayormente de manera verbal, y que cuando esto sucede terminan por herir a las personas o colocarse en situaciones delicadas. Las experiencias que escuchamos iban desde gritar a su familia de manera violenta hasta confrontaciones físicas en las calles al momento de conducir. Al fin de la actividad la gente preguntaba donde conseguir un Punching Bag o donde conseguir más información sobre el manejo de la ira.

#### Capacitaciones y Charlas:

En total se realizaron cinco capacitaciones y charlas, las cuales se enfocaron en distintos públicos y trabajaron diferentes temáticas. A continuación un breve recuento de cada una:

- Dos capacitaciones con los chicos de FEVI. Tras realizar la investigación detallada más adelante, se trabajó dos actividades didácticas con los chicos de la fundación. En primer lugar, se generó una discusión para clarificar preceptos y modelos de comportamiento clásicos en los chicos. Utilizando medios audiovisuales se logró crear una discusión interna en ellos. En la segunda actividad se repasaron estos conceptos y se trabajó utilizando un libro sobre el control de la ira.

- "Amor de Casa" : Una conferencia con la psicóloga experta en temas y trabajo de campo en diferentes tipos y formas de violencia, especialmente intrafamiliar. Se llevó a cabo el 25 de abril en la USFQ con miembros del grupo de padres de los chicos de la fundación.

- "Transmisión de violencia desde el género": Capacitación con psicólogos del grupo Aleph especializados en violencia. Graciela Ramírez y Efrén Astudillo. Se llevó a cabo 27 de abril en las instalaciones de la USFQ igualmente.

- "Recomendaciones para un futuro sin violencia": Con María José Sevilla directora de la fundación Azulado. Se realizó un acercamiento a la comunidad de Lumbisí nuevamente para enfatizar más aún el trabajo con el segmento objetivo.

### **Resultados de campaña:**

Nuestros objetivos fueron muy claros a nivel de campaña y podemos afirmar que nuestras mediciones posteriores con el público objetivo principal, es decir los chicos de FEVI, han sido optimistas casi por completo.

En primera instancia tras realizar las dos charlas con los chicos de FEVI, se pudo evidenciar una diferencia clara con los preceptos de la masculinidad que tenían esquematizados los chicos en sus cabezas. Como se puede observar en el siguiente

gráfico, las dos charlas tuvieron resultados alentadores y generaron la discusión interna que se esperaba lograr en los chicos.

Por Ejemplo, al hablar de las concepciones en cuanto a estereotipos clásicos de género, se puede afirmar que existe una amplia diferencia con los resultados de la encuesta o trabajo de investigación inicial. Por ejemplo, y como se puede observar en el siguiente gráfico, el estereotipo referente a la violencia física "golpea" pasó de tener un poco más del 60% de respuestas en la investigación inicial, a menos del diez por ciento (8%) en las mediciones finales.

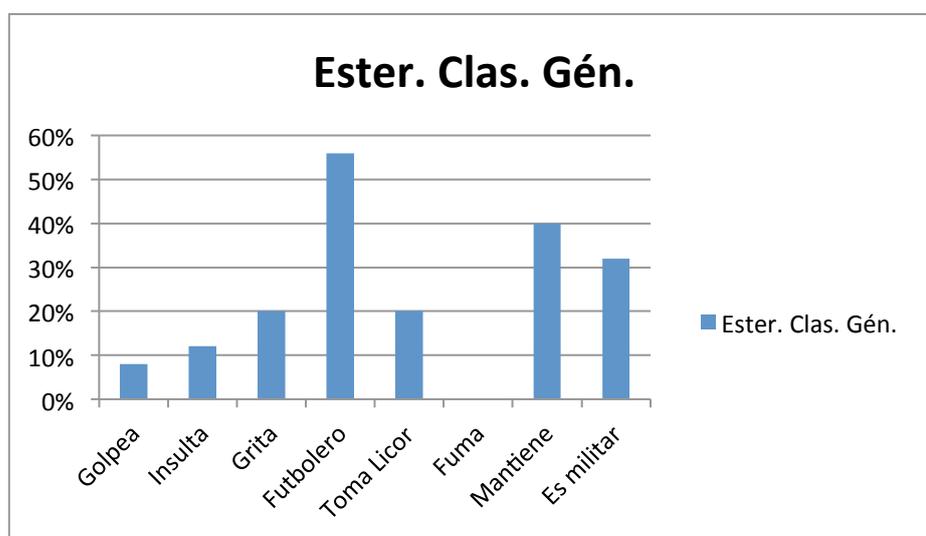


Figura: 7.  
Mediciones  
finales  
clásicas.

Por otro lado, en cuanto a estereotipos no clásicos las mediciones fueron aún más motivantes. No solo rompieron las expectativas sobre los resultados esperados sino que abrieron la posibilidad de pensar en una campaña con un valor social real que se pueda implementar a gran escala. Con tan solo dos actividades realizadas con los chicos, sin contar la medición inicial ni la final, estas fueron las nuevas concepciones que las niñas y niños pudieron interiorizar respecto a la masculinidad:

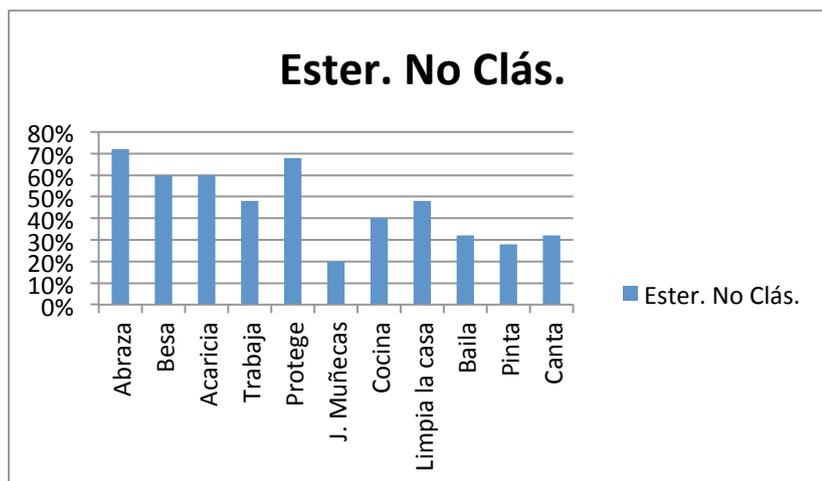


Figura 8. Mediciones finales no clásicas.

Uno de los resultados más motivantes fue el hecho de que “besa” y “Limpia la casa” estereotipos referentes a la desensibilización de la masculinidad, pasaron de marcar un poco menos del 5% y 0% respectivamente a las increíbles cifras en que coincidieron los chicos de 60% y 48% respectivamente.

Se puede observar que las cifras en los otros conceptos también variaron favorablemente hacia el eje de la campaña. Por lo tanto se puede decir que como proyecto piloto, el trabajo con fundación FEVI fue positivo y podría expandirse a esferas en otras instituciones.

### **Resultados en medios digitales:**

Con el objetivo de tener un alcance general y poder centralizar la información de la campaña y de tener un medio propio de alcance a la población general se posicionaron 3 diferentes formas de redes sociales. En primera instancia Facebook, luego Twitter y finalmente un Instagram. En orden de importancia no cabe duda que la plataforma de Facebook se presentó como el medio digital más eficiente para alcanzar un cierto número de audiencia. En esta plataforma se difundieron principalmente los

mensajes de la campaña así como los eventos de la misma. Inicialmente se inició con pocas publicaciones durante la fase de expectativa que principalmente se basó en un video publicado en donde nuestros padrinos de banda invitan a la comunidad a formar parte de la campaña. En la fase informativa se publicó diariamente casi sin falta y en algunas ocasiones hasta dos veces por día debido a la gran cantidad de mensajes que quisimos transmitir, así como la gran cantidad de eventos a los que invitamos a las personas que seguían las páginas. Finalmente, en la etapa de recordación se publicó casi exclusivamente el contenido y material de todas las actividades, así como la aparición y fotografías de medios de comunicación masivos que aportaron a transmitir el mensaje de campaña.

Se crearon distintos artes con distintos objetivos pero para las redes sociales se creó y utilizó únicamente un HASHTAG (#ViolentoNO). El mismo fue utilizado en las tres redes sociales. Como resultados se puede observar que la plataforma en Facebook fue obviamente la que mejor funcionó y tuvo mayor acogida. Con Aproximadamente 573 seguidores este medio se convirtió en el primer medio de transmisión de la información de la campaña. Por otro lado, las plataformas de Twitter e Instagram reproducían el contenido de la página de Facebook, lastimosamente no tuvieron los efectos deseados y ninguno obtuvo mediciones que valga la pena mencionar.

Hasta la fecha, los medidores de Facebook indican los siguientes datos:

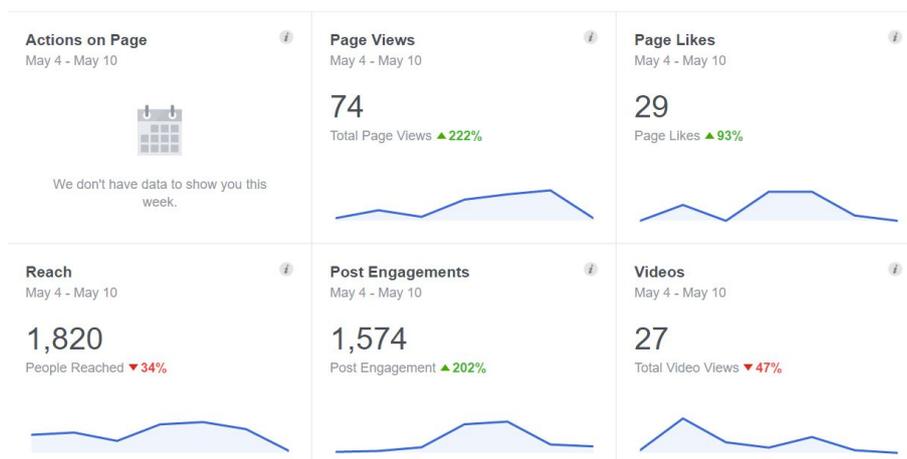


Figura 9.  
Redes sociales.

### Medios Tradicionales:

Por otro lado, fue necesario enfocarse en tomar un ángulo general para llegar con nuestro mensaje a muchas más personas. Por esta razón se diseñó una estrategia de medios tradicionales o ATL con el objetivo de lograr un alcance población general. Para esto se envió un boletín de prensa (Anexo F) para explicar la campaña y conforme avanzaron las semanas el boletín podía enfocarse en los eventos de la campaña. En total se obtuvo un espacio en los siguientes medios:

Medio	Presentador	Tema	Fecha	Horario	Tipo de cobertura	Tamaño	Valor comercial.
TC Mi canal.	Santiago Encalada.	Entrevista y Promoción de campaña.	0 - 04	7h00am	Positiva	2.20min	\$2040
RTU	Xavier Soledispa.	Entrevista y Promoción de campaña y evento.	7 - 04	12h00pm	Positiva	3.52min	\$2400
El Comercio	Redacción	Promoción de	6 -	6h00am	Positiva	Interior determina	\$74

o	Sociedad	campana.	04			da	
Diario Metro	Noticias	Promoción de campana y evento de lanzamient o y entrevista.	5-04	6h00am	0 Positiva	Roba página (2da página).	\$2540
Radio Única 94.5 FM	Christian Racines	Promoción Campana y capacitaci ón final, entrevista.	5- 05	7h00am	0 Positiva	25min	\$300
Hot 106.1 FM	Paolo Muñoz	Promoción de campana y evento final, entrevista,	5-05	19h30p m	Positiva	4 min	\$192
Radio La Red 102.1fm	Pichon	Promoción de campana, entrevista.	5-05	19h00	Positiva	16 min	\$211

Radio Canela 106.5	Josema y Paquirri	Promoción de campana y entrevista.	2-05	07h00a m	Positiva	8 min	\$720
TOTAL							\$8477

Tabla 1. Clipping medios.

Presupuesto:

Egresos:

Categoría	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Impresiones afiches A3	1.50	24	\$36
Roll Up	\$32	1	\$32
Afiches 100 x70 cm	2.50	1	\$2.50
Invitaciones Padres de familia FEVI	\$0.08	25	\$1.25
Alquiler Sala grande 8 y	\$500	1	\$500(Auspicio).

Medio.			
Gorras camioneras	\$5.00	16	\$80 (Auspicio).
Bordado de gorras.	\$5.00	10	\$50
Estampado de gorras.	\$3.50	6	\$21
Pecera para BTL.	\$35	1	\$35
Colorantes para BTL.	\$5.00	1	\$5.00
Globos con helio.	\$1.20 pu	40	\$48
Total:			\$230.75

Tabla 2. Egresos.

Ingresos:

Categoría	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
-----------	-------------------	----------	-------------



## **Logros Inesperados:**

Al llevar a cabo un proyecto de mercadeo social, es necesario como observamos antes, establecer objetivos claros y medibles. Solo así se podrá medir correctamente si es que la campaña tuvo efecto en su público objetivo o no. Al realizar esta campaña se puso como objetivo general un proceso a largo plazo que en realidad tomará años en ser totalmente socializado por los ciudadanos del país. Esto significa que es muy difícil decir que se cumplió con ese objetivo, lo que se puede afirmar con toda tranquilidad, es que el proyecto ha sembrado en algunas personas el rompimiento de esquemas y estas nuevas narrativas, y eso de por sí, indica un cumplimiento a futuro del objetivo de la campaña. Ese es el primer logro inesperado. La campaña surtió efecto y se quedó en el corazón de algunas personas, quienes abrieron espacios y oportunidades a la misma. Por ejemplo, Emilia Banda de FEUCEQ, quien tras recibir muy buenas críticas del primer evento, decidió organizar una segunda proyección en conjunto con su organización y la facultad de psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

En segundo lugar, específicamente durante la capacitación en el espacio público en Lumbisí, el logro que no se esperaba es que de la comunidad general, quienes más atención e interés demostraron a la charla, fueron niños que jugaban en la plaza. Fueron ellos mismos quienes decidieron acercarse y participar, y sobre todo, llevarse el material de la charla a casa para compartir con sus padres el mensaje.

En tercer lugar, la campaña pudo proveer ayuda directa en un caso grave de violencia intrafamiliar, en donde una madre que había sido violentada por su hijo se contactó con la campaña en busca de apoyo y ayuda. Lo poco que pudimos hacer fue ponerla en contacto con psicólogos especializados. Pero nos demostró una realidad que no esperábamos encontrar, lo cual nos motivó aún más a seguir con la campaña.

Finalmente, y hay que ser honestos, un logro inesperado fue cumplir con un 96% de efectividad todos los requisitos del proyecto final de mercadeo social. Quienes estuvieron acompañándonos durante el semestre, saben lo duro que se puso en cierto punto, pero las ganas y el esfuerzo pudieron más y se logró cumplir con las actividades, apariciones en medios e impacto general esperado de la campaña.

### **Conclusiones:**

Como conclusión final queda que el tema de la campaña es bastante amplio pero nace de una necesidad de combatir la violencia a gran escala. Una necesidad que se refleja del estudio bibliográfico de este trabajo, así como de lo que ha transmitido la historia. Por ello, se concluye que la violencia es un problema estructural lo que significa que se ha normalizado, y la única solución para eventualmente acabar con este problema es tomar un enfoque a largo plazo que involucre a toda la comunidad, así como lo hizo este trabajo.

Por otro lado, específicamente en referencia a la campaña de comunicación realizada, se puede decir que se cumplió satisfactoriamente en la mayor medida con los objetivos específicos planteados. Se cumplió de tal manera que la campaña puede llegar a continuar ya que ha generado interés de otras instituciones que han propuesto espacios para tratar la temática a futuro. (FEUCEQ, Facultad de Psicología PUCE).

La conclusión más importante que deja este trabajo hace referencia a la importancia de tener un cuidado especial sobre los medios y contenidos a los que acceden los más chicos. La violencia estructural no puede ser detenida mientras los

mayores héroes de las generaciones más jóvenes, así como un macho violento moderno, utilizan la violencia como el mejor método para resolver sus problemas.

## Fuentes Bibliográficas:

- Al sexto día. (2016). Mira cómo reaccionan los limeños al ver a una pareja homosexual en las calles. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=n49H0P6VMoc>
- Andrade, V. (2016). Desempeño bajo estereotipos. Clase de Manejo de grupos. Universidad San Francisco de Quito. 1er semestre 2016 – 2017.
- APA. (2015). Definitions Related to Sexual Orientation and Gender Diversity in APA Guidelines and Policy Documents. WEB. Obtenido desde <https://www.apa.org/pi/lgbt/resources/sexuality-definitions.pdf>
- Begley, S. (2000). THE STEREOTYPE TRAP. Newsweek; 11/6/2000, Vol. 136 Issue 19, p66. Chapter 7 Gender Stereotypes – Masculine and Femininity.
- Benítez, A. (2017). Sobre los hijos, poder, control y temas de género. Entrevista.
- Blackwell, Christopher W. (2008). Nursing Implications in the Application of Conversion Therapies on Gay, Lesbian, Bisexual, and Transgender Clients. Issues in Mental Health Nursing. 29. 651-665.
- Bourdieu, P. (1994). Practical Reason. On the theory of action. WEB. Obtenido desde [https://monoskop.org/images/a/aa/Bourdieu\\_Pierre\\_Practical\\_Reason\\_On\\_the\\_Theory\\_1998.pdf](https://monoskop.org/images/a/aa/Bourdieu_Pierre_Practical_Reason_On_the_Theory_1998.pdf) el 26 de enero 2017.
- Canadian Pediatric Society. (2003). Impact of media use on children and youth. Paediatrics & Child Health, 8(5), 301–306. WEB. Obtenido desde <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2792691/>
- Carate, A. (2013). GLBTI ECUADOR. Mikromundos. KREATIF TELEVISIÓN. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=Uhx7f0kchOE>.
- Chartschlaa, S. (2004). External Influences of Children's Socialization to Gender Roles. Liberty University Fall Semester 2004. WEB.
- Calzo, Jerel P. & Ward, Monique L. (2009). “Media Exposure and Viewers’ Attitudes Toward Homosexuality: Evidence for the Mainstreaming or Resonance?”. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 280-299. WEB.
- Cordovez, I. & Garcés, J. (2016). Entrevistas personas GLBTI jóvenes Ecuador.
- Corporación Participación Ciudadana. (2012). Fundación El Universo. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de RESULTADOS DE LA PRIMERA FASE DEL PROYECTO: “SEXISMO Y VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS”: <http://www.fundacion->

**[eluniverso.org/documentos/material/Sexismo%20y%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20en%20tv.pdf](http://eluniverso.org/documentos/material/Sexismo%20y%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20en%20tv.pdf)**

El Universo. (9 de enero de 2014). El Universo. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Cadena de cafetería Sweet and Coffee se disculpa por video y dice que habrá sanciones: **<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/09/nota/2005286/sweet-and-coffee-desmiente-discriminacion-transgeneros>**.

Ekos Negocios. (2011). Negocios. Recuperado el 23 de Octubre de 2016 de TVPagada: **<http://ekosnegocios.com/negocios/especiales/documentos/TVpagada.pdf>**

Freire, B. (2015). Tbinet. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Resumen del Informe en curso sobre la situación de los DERECHOS HUMANOS de las poblaciones LGBTI: **[http://tbinet.org/Treaties/CCPR/Shared%20Documents/ECU/INT\\_CCPR\\_CSS\\_ECU\\_24033\\_S.pdf](http://tbinet.org/Treaties/CCPR/Shared%20Documents/ECU/INT_CCPR_CSS_ECU_24033_S.pdf)**

Felman, R. (2012). Child Development. 6th Edition. University of Massachusetts at Amherst. ISBN13: 9780205253548.

Figueroa, J. Salguero, A. (2014). Y si hablas de...de tu ser hombre?: Violencia, paternidad, homoerotismo y envejecimiento en la experiencia de algunos varones. El Colegio de Mexico AC, Sep 3, 2014. Obtenido desde **<https://books.google.com.ec/books?id=kyWnCQAAQBAJ&pg=PT327&lpg=PT327&dq=hombres+si+machitos+no&source=bl&ots=El24RmUzMB&sig=GT2g-4kcpLUTZBrb-iSyp3aqdSs&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwixqNftquDRAhUB5CYKHZdFBFsQ6AEIUjAI#v=onepage&q=hombres%20si%20machitos%20no&f=false>** e el 26 de enero 2017.

Hinojosa, X. L. (2015). Equidadecuador. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de El odio a minorías ya tiene sanción: **<http://www.equidadecuador.org/es/todo/ATT1235189489-1.pdf>**

Hirsch, Paul. (1979). The Role of Television and Popular Culture in Contemporary Society. in H. Newcomb, ed., Television: The Critical View, 2nd ed. New York: Oxford University Press.

INEC. (2010). Ecuadorcifras. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de MUJERES Y HOMBRES del Ecuador en Cifras III: **[http://www.ecuadrencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres\\_y\\_Hombres\\_del\\_Ecuador\\_en\\_Cifras\\_III.pdf](http://www.ecuadrencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)**

INEC. (2013). Ecuadorcifras. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Primera Investigación (estudio de caso) sobre Condiciones de Vida, Inclusión Social y Derechos Humanos de la población LGBTI en Ecuador: **[http://www.ecuadrencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/LGBTI/Presentacion-LGBTI.pdf](http://www.ecuadrencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Presentacion-LGBTI.pdf)**

- INREDH RadioTV Libre. (2016). "Situación de las personas LGBTI en Ecuador". LIVE STREAM. WEB. Obtenido desde [https://www.youtube.com/watch?v=YKk\\_dXFX4bQ](https://www.youtube.com/watch?v=YKk_dXFX4bQ)
- Janon, X. T. (3 de Octubre de 2016). Gkillcity. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Sólo imaginados: la homosexualidad barata en la televisión ecuatoriana: <http://gkillcity.com/articulos/la-vida-los-otros/solo-imaginados-la-homosexualidad-barata-la-television-ecuatoriana>
- Jiménez, T. (2013). Discriminación LGBT en centros de Salud de Ecuador. Campaña Tiempo de Igualdad. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=ShmE-8QTegE>
- Jones, F. (2008). An Excerpt from "Organizational Entry: Onboarding, Orientation and Socialization," SHRM Briefly Stated. WEB. Obtenido desde <http://toolkit.vets.syr.edu/wp-content/uploads/2012/11/Article-Socialization.pdf>
- Marinova, J. (2003). Gender Stereotypes and the Socialization Process. United Nations Development Programme (UNDP) Expert Group Meeting on "The role of men and boys in achieving gender equality". Brazil.
- Melroderway. (2013). La Realidad LGTB de Ecuador. Queervlog. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=sViNxJmYPs>.
- Messner, M. (2000). Barbie Girls versus Sea Monsters: Children Constructing Gender. *Gender and Society*, Vol. 14, No. 6. (Dec., 2000), pp. 765-784.
- Moreno, E. (2000). La transmisión de modelos sexistas en la escuela. In: M. Santos Guerra, Ed., *El harén Pedagógico: Perspectiva de género en la organización escolar*, 1st ed. Barcelona.
- Mosteiro, M. (1997). EL GENERO COMO FACTOR CONDICIONANTE DE LA ELECCIÓN DE CARRERA: HACIA UNA ORIENTACIÓN PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE LOS SEXOS. *Revista galego-portuguesa de psicología y educación*, 1997, 1: 305-315 ISSN: 1138-1663
- Ortega, E. Estud. Com Soc- Imbabura. (2014). DOCUMENTAL ¿DÓNDE ESTÁ LA DIFERENCIA? COMUNIDAD GLBTI-IBARRA. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=kVFmTn03xRI>
- Payton, N. (2015). Comment: Lots of children's programmes already have LGBT characters. Pink News. Comment. WEB. Obtenido desde <http://www.pinknews.co.uk/2015/07/17/comment-lots-of-childrens-programmes-already-have-lgbt-characters/>

- Potter, Gary W. & Kappeler, Victor E. (2006). *Constructing Crime: Perspectives on Making News and Social Problems*. Long Grove, IL: Waveland Press, Inc. Print.
- Punto Final. (2016). ¿Qué harías si tu hijo confiesa ser homosexual? Esto dijo el público. LATINA NOTICIAS. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=gbrQCLrCtBM>
- Sedgwick, E. (1991). How to Bring Your Kids up Gay. *Social Text*, (29), 18-27. doi:1. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/466296> doi:1
- Segura, N. (2015). ¿Qué harías si tu hijo fuera homosexual o tu hija lesbiana?. WEB. Obtenido desde <https://www.youtube.com/watch?v=XIRFrSnD3BE>
- Torres, T. M. (30 de Octubre de 2015). Ecuavisa. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Pastor Zalava y Pamela Troya rechazan propuesta de “género” en la cédula: <http://www.ecuavisa.com/articulo/jornadas-inclusivas/articulo/121074-pastor-zalava-pamela-troya-rechazan-propuesta-genero>
- Wood, K. Smith, H. Grossniklaus, D. (1977). *Iaget's Stages of Cognitive Development*. Department of Educational Psychology and Instructional Technology, University of Georgia. WEB.

Anexos:

Anexo A:



Anexo B:



A través de nuestros padres, los medios y las estructuras se han normalizado conceptos que nos enseñan que ser hombre incluye tener que comportarnos violentamente ante diversas situaciones.  
¿Te suena familiar?

Comenta y cuéntanos tus historias utilizando el #ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI**.USFO  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



“ Hay términos, como «agresividad» y «violencia», que suelen emplearse como sinónimos, y no lo son. La agresividad es una conducta innata que se despliega automáticamente ante determinados estímulos y que, asimismo, cesa ante la presencia de inhibidores muy específicos. Es biología pura. La violencia es agresividad, sí, pero agresividad alterada, principalmente, por la acción de factores socioculturales que le quitan el carácter automático y la vuelven una conducta intencional y dañina (Sanmartín, 2006).”

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



“la violencia es la utilización de la fuerza física o del poder contra uno mismo o contra otros, de modo que este acto cause daños físicos, daños psicológicos o privaciones”- Psicología y Mente.

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

En el desarrollo y crecimiento de un ser humano existen 3 pilares fundamentales sobre los que se desarrollan los patrones de comportamiento:



Estos son los 3 canales por los que transmitimos toda nuestra cultura y comportamientos. Y con ellos los estereotipos masculinos que van de la mano de alguno de los tipos de violencia. #ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

Existen diversas teorías sobre cuantos tipos de violencia existen. ¿Cuáles conoces tú?  
Comenta y cuéntanos tus historias utilizando el:

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



### Violencia Autoinflingida:

“es la propia persona la que se daña a sí misma, algo que es muy difícil de comprender desde el punto de vista del resto de la gente” - Psicología y Mente.

Existen ejemplos de que este tipo de violencia puede presentar sus consecuencias aún sin estar consciente del atentado contra uno mismo. #ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



### Violencia Física:

“La violencia física es cualquier acción u omisión que causa o puede causar una lesión física.” - Sanmartin, 2007

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Violencia Psicológica o emocional:  
 "cualquier omisión u acción que causa  
 o puede causar directamente un daño  
 psicológico" - (Sanmartin, 2007)

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Violencia Psicológica o emocional:  
 "aquella en la que se pretende dañar  
 a la otra persona es un mensaje o un discurso. Puede (o no)  
 contener insultos o palabras tabú, ya que para producir  
 malestar psicológico no es esencial utilizar esa  
 clase de recursos." - Psicología y Mente.

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Violencia Económica:  
 "consiste en la utilización ilegal o no autorizada de los recursos económicos o las propiedades de una persona." - Psicología y Mente.

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Violencia por diferenciación negativa:  
 Todo tipo de violencia expresada hacia un grupo ajeno al propio.  
 Violencia de género, racial, sexual, xenofobia...

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Cuéntanos tus historias, opiniones y comentarios utilizando el

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



En Ecuador, las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos indican que, en ambos casos, los hombres son más del 90% de perpetradores y víctimas de actos violentos. Es hora de concientizar y decirle BASTA a la perpetuación de estereotipos que relacionan ser hombre con tener que ser violento.

#ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



En Ecuador, únicamente hasta febrero de 2017 se reportaron 305 casos de conducción bajo estado etílico. De estos la mayoría fueron hombres.  
 ¿Qué tipo de violencia estamos viendo en estos casos?  
 ¿Es consciente? #ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Sabemos que existe una relación directa entre feminicidios, casos de diferenciación negativa y los estereotipos que combate nuestra campaña. Ayúdanos a cambiar el Ecuador y luego el mundo. ¡Convierte en el ejemplo y en un/a superhéroe/ina!  
 #ViolentoNO

presentado por:

**COCOCI.USFQ**  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



Es muy importante controlar el contenido al que acceden los más pequeños en su tiempo de TV. Muchos estudios confirman la sospecha de la influencia de la televisión en la formación de conductas a futuro.

¿Qué están viendo tus hijos?

presentado por:

**COCOCI.**USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Anexo C:

# AMOR DE CASA

Con:



**Susana Albán**  
 Psicóloga experta en temas de violencia  
 y grupos focales.

Conferencia para la concientización y  
 prevención de la  
 violencia intrafamiliar.

25 abril 2017 - 17h00  
 Salón Principal UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
 hombre sí, violento no

presentado por:

**COCOCI.**USFQ  
 COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

# TRANSMISION DE VIOLENCIA DESDE EL GENERO

Con:

Graciela Ramírez,  
Lorena Peñaherrera y Efrén Astudillo  
de



Un enfoque psicológico a la  
construcción de la violencia desde  
la masculinidad

17h30

Jueves 27 de abril - Da Vinci 127  
Universidad San Francisco de Quito

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

presentado por:

**COCOCI.** USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

# RECOMENDACIONES PARA UN FUTURO SIN VIOLENCIA

Con:

Psic. María José  
Sevilla  
de la fundación  
Azulado.

Sábado 6 de mayo 2017 – Lumbisi  
10h00am – Plaza Central

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

presentado por:

**COCOCI.**USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

¿Qué implica ser hombre en el Ecuador?  
Te invitamos a discutirlo en el cine foro abierto:

# HOMBRE SI... PERO Y?

Con la Proyección del documental:

“The Mask You Live In”  
de Jennifer Siebel Newson.

Y después el conversatorio con:



**Santiago Castellanos**

(Decano del Colegio de Comunicación y  
Artes Contemporáneas USFQ)

**Martes 25 de abril - 20h00**

Teatro 8 y Medio - Valladolid N24-353 y Viscaya, La Floresta.

ENTRADA LIBRE



presentado por:



# HOMBRE SI... PERO Y?!!

Con la Proyección del documental:

## “The Mask You Live In”

de Jennifer Siebel Newson.

Y después el conversatorio con:



Efrén Astudillo  
(Psicólogo del grupo ALEPH)

11 de mayo 2017 - 17h00 - PUCE

Auditorio 1 - Torre 1

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

\$3 en beneficio de la  
Fundación Azulado



ASOCIACIÓN DE  
ESTUDIANTES DE  
PSICOLOGÍA  
AEPS - PUCE



Feuce-a

presentado por:

**COCOCI**.USFQ  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

## Anexo D:

“ En Ecuador y el mundo la violencia se transmite como una enfermedad. Una infección que se contagia por otras personas. Estudios demuestran que en Ecuador de cada 10 niños que han sufrido abuso intrafamiliar cuatro de ellos viven con padres que sufrieron del mismo daño. Únete a la campaña Hombre Sí, Violento No, pon el ejemplo para los más pequeños y presta especial atención a los programas y películas que ven tus hijos. No dejemos que los estereotipos y concepciones negativas sobre la masculinidad continúen convirtiendo a la violencia en algo del día a día. Hombre Sí, Violento No. ”

## Anexo E:

**GORRAS VIOLENTO NO**

\$10 estampado  
\$15 bordado

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

Todos los fondos serán destinados a:

Fundación azulado  
creando sin máscaras infancia

TRANSFORMA LA  
**NORMA**  
hombre sí, violento no

presentado por:  
**COCOCI. USFO**  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Anexo G:

Quito, 11 de mayo del 2017

Honorable Gabriela Rivadeneira Presidenta de la Asamblea Nacional Presente.-

De mi consideración:

La campaña Transforma la Norma: Hombre Sí, Violento No, se dirige a usted con el propósito de solicitar con el más alto respeto, a la Asamblea Nacional que se comprometa a gestionar, proponer y mejorar las leyes y políticas públicas frente a la accesibilidad a contenidos no aptos por parte de menores de edad. Es necesario tomar en cuenta acciones como la posibilidad de prohibir a menores de edad el uso de teléfonos celulares inteligentes "Smartphones". Sobre todo, teniendo en cuenta la facilidad de acceso a contenido no apto que se presenta al tener un dispositivo con acceso a internet.

Según diversas fuentes la violencia en Ecuador, así como en el mundo, es normalizada a través de diversos medios. Y justamente, este tipo de equipos permiten a los más jóvenes acceder y producir contenido que podría considerarse violencia autoinflingida debido a las secuelas psicológicas que pueden producir.

"Transforma La Norma: Hombre Sí, Violento No" es una campaña de comunicación para el cambio social. Esta campaña busca concientizar sobre los medios de transmisión y naturalización de la violencia. No buscamos que los hombres sean los únicos que cambien sus comportamientos violentos, buscamos que la población general conozca y deje de poner en práctica toda la gama de tipos y formas de violencia en sus comportamientos, para así poner el ejemplo del que aprenderán las niñas y niños del Ecuador.

Desde el mes de febrero la campaña ha trabajado en un proyecto piloto en la fundación FEVI (Lumbisi) y además ha realizado varias capacitaciones y eventos para la comunidad de la ciudad de Quito. Por ejemplo, se realizó el cine foro "Hombre Sí.. Pero ¿Y?" moderado por el decano de la facultad Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito. Las acciones de la campaña han causado un impacto considerable pero también, es necesario un cambio a nivel estructural, es decir dentro de las políticas y leyes públicas del Ecuador. Con el objetivo de generar mayor impacto y aterrizar la campaña por completo.

A la luz de las consideraciones expuestas, resulta esencial que la Asamblea Nacional forme y debata la posibilidad de un proyecto de ley bajo la temática expuesta con anterioridad, sobre todo teniendo en cuenta que en Ecuador es necesario ser mayor de edad y contar con una dirección fija para poder adjudicarse una línea de teléfono convencional.

Con la seguridad de que nuestra solicitud será tomada en consideración al ser un proyecto social con la mira puesta en un Ecuador más seguro para todas las niñas y niños del país, nos despedimos y agradecemos de antemano su tiempo y atención.

Atentamente,

Juan Konstantin Garcés

Director Hombre Sí, Violento No

Ignacio Cordovez

Director Hombre Sí, Violento No

## Anexo H:

- Hay 3 veces la cantidad de hombres que de mujeres en programas del horario estelar. (Basow, 1992 p. 159).
- De una muestra de 186 programas de diversos medios de TV nacionales, se puede observar que 52,7% de los shows tienen representaciones estereotipadas o sexistas bajo preceptos modernos. En cuanto a los comerciales el 69,4% contienen representaciones estereotipadas que pueden considerarse negativas.
- En el Ecuador, 94% de los hogares tiene por lo menos una televisión. De este porcentaje, el 90% tiene más de un equipo en su hogar. (INEC 2011)
- Basados en representaciones mediáticas, los hombres componen dos tercios de la población. (Smith, 2010).
- Los personajes femeninos tienen cinco veces más posibilidades de ser representados utilizando vestimenta sexualmente reveladora. (Smith, 2012).
- Aproximadamente un cuarto de los personajes femeninos en las películas de éste estudio, son representadas con cinturas diminutas o figuras irreales. (Smith, 2012).
- De 4,610 personajes analizados, únicamente 19 eran personajes LGBTI. (Smith, 2014).
- Menos del 10% de personajes femeninos en medios son mayores de 35 años. (Smith, 2012). De ese porcentaje, el 100%, son todas caucásicas y heterosexuales.
- No más del 28%(menos que una de cada 3) de los personajes "hablantes" en programas infantiles (animados y actuados) son mujeres. (Smith, 2012).

- 4 de cada cinco (83%) de los narradores de películas infantiles son hombres. (Smith, 2012).
- Dentro de 15,000 personajes en películas infantiles, el 73% son masculinos. 27% son mujeres. (Smith, 2012).
- Los personajes femeninos son 52.2% más probables en ser representados como padres. (Smith, 2012).
- De igual manera, los personajes femeninos tienen un 59.9% de posibilidades (en comparación con los personajes masculinos) de ser representados como parte de una relación amorosa. (Smith, 2012).
- Solo un 8% de personajes masculinos son representados con figuras irreales como cinturas diminutas. (Smith, 2012). (Salir del molde físico hegemónico).
- 46% de niños de 0 a 6 años, mira un DVD por día. (Smith, 2012). Aún más impactante considerando que se repiten la película.
- Es más probable que un personaje femenino sea presentado en vestimenta sexualmente reveladora en shows animados que en shows con actores. (24% - 17%). (Smith, 2012).
- Los personajes femeninos de shows infantiles animados tienen un 39% de posibilidades de tener una figura irreal. (Smith, 2012).
- 39.1% de los personajes femeninos eran representados con un físico delgado o muy delgado. (Smith, 2012).
- En el Ecuador, aproximadamente 2,4% de personas de la comunidad LGBTI se encuentra casada. (INEC 2011). Muchas veces por miedo, personas que no caen dentro de un estereotipo moderno en temas de género, prefieren esconder su realidad por miedo a represalias.

- En una sociedad conservadora y patriarcal (Castellanos, 2016) como la quiteña, los casos de diferenciación negativa y consecuente violencia, son casi aceptados por completo. Esto teniendo en cuenta que de 634 denuncias de agresiones sexuales contra niñas y adolescentes en 2013, menos del 6% fueron procesadas. (Naciones Unidas).
  
- En Ecuador, 6 de cada 10 mujeres han sido víctimas de violencia ya sea física o psicológica/verbal. (INEC, 2011).
  
- Los comportamientos futuros de un niño se ven principalmente influenciados por 3 factores primordiales: 1.-La educación de sus padres. 2.- Los medios de comunicación (programas de TV, etc. ) 3.- Las instituciones.
  
- La violencia es contagiosa, sí consideramos que una de las características inherentes del sujeto moderno es la asociación directa entre la masculinidad y la violencia, no sorprende que en una sociedad como la nuestra, 44% de niños y niñas entre 5 y 17 años habían sido víctimas de violencia por parte de sus padres por no obedecer o cumplir con algún pedido. (Observatorio Social del Ecuador, 2010).
  
- 4 de cada 10 niñ@s que fueron violentados en su hogar, viven con padres que fueron agredidos de la misma forma en su infancia. (Observatorio Social del Ecuador, 2010).
  
- 9 de cada 10 homicidios en Quito, tienen como objetivo a personas del género masculino. (La Hora, 2006).
  
- En Ecuador 6 de cada 10 mujeres han sido víctimas de violencia ya sea física o psicológica/verbal (INEC). Nosotros pensamos que los

## Bibliografía:

- Basow, S. (1992). *Gender: Stereotypes and roles*. Belmont, CA, US: Thomson Brooks/Cole Publishing Co *Gender: Stereotypes and roles*, 3rd ed.(1992). xiv 447 pp. Obtenido desde <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1992-97754-000>
- Lauzen, M. M., & Dozier, D. M. (1999). The role of women on screen and behind the scenes in the television and film industries: Review and a program of research. *Journal of Communication Inquiry*, 23(4), 355-373.
- Smith, S. (2012). *Gender Stereotypes: An Analysis of Popular Films and TV 12*. Annenberg School for Communication • Crystal Allene Cook - The Geena Davis Institute on Gender in Media. WEB. Obtenido desde [http://seejane.org/wp-content/uploads/GDIGM\\_Gender\\_Stereotypes.pdf](http://seejane.org/wp-content/uploads/GDIGM_Gender_Stereotypes.pdf)
- Smith, S. (2014). *Inequality in 700 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race, & LGBT Status from 2007 to 2014*. Media, Diversity, & Social Change Initiative. Annenberg School for Communication • Crystal Allene Cook - The Geena Davis Institute on Gender in Media. WEB. Obtenido desde <http://annenberg.usc.edu/pages/~/media/MDSCI/Inequality%20in%20700%20Popular%20Films%208215%20Final%20for%20Posting.ashx>