

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de Mercadeo Social “Transforma la Norma:
Microagresiones-Macroimpactos”**

Proyecto Integrador

**Andrea Fernanda Ortiz Andrade
Nicole Soraya Tejada Grijalva**

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 12 de mayo de 2017

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS**

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Campaña de Mercadeo Social “Transforma la Norma: Microagresiones-
Macroimpactos”**

Andrea Fernanda Ortiz Andrade

Nicole Soraya Tejada Grijalva

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Gabriela Falconí , M.A.

Firma del profesor

Quito, 12 de mayo de 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: Andrea Fernanda Ortiz Andrade

Código: 00118051

Cédula de Identidad: 1719953893

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Nicole Soraya Tejada Grijalva

Código: 00115606

Cédula de Identidad: 1719293126

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2017

DEDICATORIA

Andrea Fernanda Ortiz Andrade

A mis padres por ser el pilar esencial de mi vida, por su amor inmenso, cuidados y entrega, cada granito de bien que sembraron distintamente en su hija hoy da frutos, los amo. A Martha Fabiola del Rosario Paredes Nieto mi incondicional Mamitamama por tanto amor, apoyo y protección que durante todos mis años de vida me ha servido de motivación para ser mejor, gracias por siempre creer en mí, por ser mi compañera desde que era una bebé y enseñarme todos tus valores, por entenderme, conocerme e impulsarme a ser grande, te amo inmensamente. A mi prima de sangre, hermana de corazón, Cristina Proaño por acompañarme en cada paso de la vida, en las circunstancias más duras y en las felicidades más grandes, te amo con cada pedacito de mi ser. A mi familia, por amarme tanto, por siempre estar orgullosos de mí y apoyarme.

Nicole Soraya Tejada Grijalva

Con amor, para mi familia. A mi madre Soraya, por ser mi confidente, mi mejor amiga y mi apoyo; por las noches desveladas, las sonrisas, las tristezas y las emociones más hermosas; tu creatividad y entusiasmo me inspiraron a ver más allá y a abrazar los anhelos de mi corazón. A mi padre Luis que me enseñó a jamás rendirme, luchar por lo correcto y nunca abandonar mis creencias. Tu valentía, esfuerzo y paciencia me inspiran para apreciar la belleza en cada minuto vivido y a amar las enseñanzas que vienen de cada obstáculo enfrentado. A mi hermana Brenda, la sonrisa que alegra mis días y el orgullo más grande de mi corazón. Tu incondicional apoyo y tu inmenso cariño, me levantan siempre y me motivan a cada día ser mejor persona. A mi abuela Rosita, la flor más hermosa. Me aconseja y me cuida incondicionalmente; me enseña que la sabiduría es el conocimiento llevado al corazón. A mis tías y primas por acompañarme en el camino y refrescar mis sueños; me animan a ver el lado bueno de la vida y a disfrutar de cada momento.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por brindarnos la fuerza, creatividad y guía para cumplir este proyecto. A nuestras familias por el incondicional apoyo, por creer en nuestro anhelos y ayudarnos a cumplirlos. A la Universidad San Francisco de Quito y a la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas por permitirnos crear proyectos sociales tan importantes como la campaña Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos; porque desde el primer día nos han educado hacia el éxito y este proyecto hecho con tanto cariño y dedicación es la prueba de eso. También agradecemos a La Comunidad para el Desarrollo Humano en especial a Jacqueline Verdesoto quien con su apoyo incondicional trazó guías claras hacia el éxito de la campaña. A Santiago Castellanos, quien a lo largo de este trabajo nos a brindado su apoyo y consejo permanente. A todos y cada uno de los chicos del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre por su aporte creativo, logístico, emocional durante la realización de esta campaña.

RESUMEN

El presente proyecto integrador, constituye el desarrollo de una campaña de educomunicación enmarcada desde los conceptos de: mercadeo social, mercadeo de causa y responsabilidad social; de forma que, se busca concientizar y visibilizar a las microagresiones verbales de género (M.V.G.). Las M.V.G. conforman una vía de perpetuación de estereotipos discriminatorios y sexistas, a través del uso cotidiano de palabras y frases derogatorias. La aplicación de dichos conceptos generó el planteamiento de la campaña ‘Transforma La Norma-Microagresiones Macroimpactos’, la misma que se genera desde una temática; contiene un público objetivo y está dividida en etapas de expectativa, informativa y recordación. Dicha campaña se ha desarrollado en base a la investigación realizada dentro del marco teórico nacional e internacional, el mismo que cuenta con cuatro enfoques integradores: psicológico-sociocultural, lingüístico-tradición oral, jurídico-legislativo y antropológico-etnográfico. Adicionalmente, ‘Transforma La Norma-Microagresiones Macroimpactos’ ha creado un alcance palpable con el público objetivo y busca permanecer en ejecución bajo el desarrollo del “Proyecto de Consejos Permanentes para la NoViolencia Activa,” de La Comunidad para el Desarrollo Humano Ecuador, organización no gubernamental aliada a la presente campaña.

Palabras Claves: educomunicación, mercadeo social, mercadeo de causa, responsabilidad social, microagresiones verbales de género (MVG), estereotipos, discriminación, sexismo, palabras derogatorias, público objetivo, campaña social, enfoque teórico, psicológico-sociocultural, lingüístico-tradición oral, jurídico-legislativo, antropológico-etnográfico, Noviolencia.

ABSTRACT

The present integrative project, constitutes the development of a educommunication campaign framed from the concepts of: social marketing, marketing of cause and social responsibility; therefore, it seeks to raise awareness and visibility about Verbal Gender Microaggressions (V.G.M.) V.G.M. are a way of perpetuating discriminatory and sexist stereotypes, through the use of derogatory words and phrases. The application of these concepts led to the proposal of 'Transforma La Norma- Microagresiones Macroimpactos' campaign; that is generated from a theme, contains a target audience and is divided into stages of expectation, information and recall. This campaign has been developed based on a research carried out within the national and international theoretical framework the same which has four integrative approaches: psychological-sociocultural, linguistic-oral tradition, legal-legislative and anthropological-ethnographic. In addition, 'Transforma La Norma- Microagresiones Macroimpactos' has created a palpable reach with the target audience and seeks to remain in execution under the development of "Proyecto de Consejos Permanentes para la NoViolencia Activa," from La Comunidad para el Desarrollo Humano Ecuador, an allied non governmental organization to this social campaign.

Keywords: education, social marketing, social marketing, social responsibility, verbal gender microaggressions (VGM), stereotypes, discrimination, sexism, derogatory words, target audience, social campaign, theoretical focus, psychological-sociocultural, linguistic-oral tradition, legal-legislative, anthropological-ethnographic, nonviolence.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL	15
1. CONSTRUCCIÓN SOCIAL Y SICOLÓGICA DE LOS ROLES DE GÉNERO, ESTEREOTIPOS Y APLICACIÓN	15
1.1. <i>Enfoque antropológico: orden jerárquico de lo femenino y lo masculino.</i>	15
1.2. <i>Enfoque psicológico: Formación cognitiva de los estereotipos de género.</i>	16
1.3 <i>Aplicación Social.</i>	19
1.4. <i>El efecto de las expresiones derogatorias.</i>	20
2. AGRESIONES Y MICROAGRESIONES	21
2.1. <i>Actos y actitudes de agresión.</i>	21
2.2. <i>Definición de microagresión</i>	22
2.3. <i>Microagresiones verbales de género y acoso</i>	23
3. ENFOQUE SOCIOLINGÜÍSTICO Y COMUNICATIVO INTERPERSONAL.....	28
3.1. <i>Interacciones e influencias sociales.</i>	29
3.2. <i>Definiciones de insultos, orígenes y aplicaciones.</i>	31
4. CONDICIONANTES PARA LA NO UTILIZACIÓN DE MICROAGRESIONES VERBALES DE GÉNERO.....	34
4.1 <i>Condicionante de imagen y reputación.</i>	34
4.2. <i>Condicionantes adaptativos a cambios sociales.</i>	36
MARCO TEÓRICO NACIONAL.....	37
INTRODUCCIÓN MARCO TEÓRICO NACIONAL	37
5. ENFOQUE LINGÜÍSTICO Y TRADICIÓN ORAL.....	38
6. ENFOQUE PSICOLÓGICO Y SOCIO-CULTURAL	41
7. ENFOQUE ETNOGRÁFICO Y ANTROPOLÓGICO	43
8. ENFOQUE LEGISLATIVO.....	48
INVESTIGACIÓN NACIONAL.....	50
OBJETIVOS	50
MARCO METODOLÓGICO.....	51
OBSERVACIONES DE CAMPO	51
<i>Interpretación de los datos: Observación de campo.</i>	53
ENCUESTA	53
<i>Interpretación de los datos: Encuesta (ANEXO A).</i>	55
FOCUS GROUP.....	74
<i>Interpretación de resultados: Focus Group.</i>	75
ENTREVISTAS A EXPERTOS	75
CAMPAÑA SOCIAL.....	76
TEMA DE LA CAMPAÑA	76
ANTECEDENTES.....	77
JUSTIFICACIÓN	78
FUNDACIÓN BENEFICIADA	78
OBJETIVO GENERAL	80
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	80
TRANSFORMA LA NORMA: MICROAGRESIONES-MACROIMPACTOS.....	82
LOGOTIPO	82
NOMBRE	83
<i>Transforma La Norma-Microagresiones Macroimpactos</i>	83
SLOGAN	83
HASHTAG.....	83

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	83
CONCEPTO DE LA CAMPAÑA	84
<i>Transforma La Norma, el concepto general:</i>	84
<i>Microagresiones Macroimpactos, el concepto específico de campaña:</i>	84
<i>Representación Visual-Didáctica del concepto:</i>	85
PÚBLICO OBJETIVO	86
PRODUCTO COMUNICACIONAL	87
<i>Descripción y explicación</i>	87
<i>En relación al concepto:</i>	88
VOCEROS.....	89
ENCUESTAS INICIALES	90
VIDEO EXPLICATIVO.....	97
ACTIVIDADES DE LA CAMPAÑA	97
1. EVENTO DE LANZAMIENTO	98
<i>Taller 1: Inducción introductoria a las Microagresiones Verbales de Género</i>	102
<i>Taller 2: Taller Microagresiones-Macroimpactos: una introspección reflexiva</i>	104
<i>Charla USFQ: Violencia Verbal “El Macroimpacto de las Microagresiones”</i>	108
<i>Taller 3: Taller efectos individuales y sociales del uso de microagresiones</i>	110
3. EVENTO DE RECAUDACIÓN DE FONDOS, UN CINE QUE MARCA: PELÍCULA "BILLY ELLIOT"	113
4. BTLs.....	116
<i>BTL Colegio Técnico Sucre</i>	116
<i>BTL Colegio Federico Gauss</i>	118
<i>BTL Universidad San Francisco de Quito</i>	120
<i>BTL Centro Comercial El Recreo</i>	122
5. ACTIVISMO	125
6. EVENTO DE CIERRE: AGRADECIMIENTOS FINALES.....	128
7. VENTA DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL.....	130
8. CUÑA DE RADIO.....	131
9. REDES SOCIALES.....	131
<i>Testimonios y Reacciones.</i>	136
10. MEDIOS TRADICIONALES	137
11. ENCUESTAS FINALES	139
<i>Análisis de resultados</i>	139
12. LOGROS INESPERADOS	148
13. PRESUPUESTO.....	151
14. CRONOGRAMA	152
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	154
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	156
ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1, FOCUS GROUP	75
TABLA 2, CLIPPING DE MEDIOS TRADICIONALES	138
TABLA 3, EGRESOS CAMPAÑA.....	151
TABLA 4, INGRESOS CAMPAÑA	151
TABLA 5, CRONOGRAMA FEBRERO 2017	152
TABLA 6, CRONOGRAMA MARZO 2017	152
TABLA 7, CRONOGRAMA ABRIL 2017	153

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1, EDAD RESULTADOS GENERALES.....	55
FIGURA 2, GÉNERO RESULTADOS GENERALES.....	55
FIGURA 3 , LUGAR DE RESIDENCIA RESULTADOS GENERALES.....	56
FIGURA 4, PREGUNTA 1 RESULTADOS GENERALES.....	56
FIGURA 5, PREGUNTA 2 RESULTADOS GENERALES.....	57
FIGURA 6, PREGUNTA 5 RESULTADOS GENERALES.....	58
FIGURA 7, PREGUNTA 7 RESULTADOS GENERALES.....	58
FIGURA 8, PREGUNTA 8 <i>¡QUÉ NENA!</i>	59
FIGURA 10, PREGUNTA 8 <i>¡COMO NIÑA!</i>	60
FIGURA 11, PREGUNTA 8 <i>MARICA</i>	61
FIGURA 12, PREGUNTA 8 <i>MACHITA</i>	61
FIGURA 13, PREGUNTA 8 <i>MARIMACHO</i>	62
FIGURA 14, PREGUNTA 8 <i>CARISHINA</i>	62
FIGURA 15, PREGUNTA 8 <i>CALIENTAHUEVOS</i>	63
FIGURA 16, PREGUNTA 8 <i>PERRA</i>	63
FIGURA 17, PREGUNTA 8 <i>PUTA</i>	64
FIGURA 19, PREGUNTA 10 RESULTADOS GENERALES.....	65
FIGURA 20, PREGUNTA 11 RESULTADOS GENERALES.....	65
FIGURA 21, PREGUNTA 12 RESULTADOS GENERALES.....	66
FIGURA 22, p.1 FEMENINO.....	67
FIGURA 23, p.1 MASCULINO.....	67
FIGURA 30, p.9 COMPARATIVO.....	69
FIGURA 31, p.9 COMPARATIVO.....	70
FIGURA 32, p.10 COMPARATIVO.....	71
FIGURA 33, p.10 COMPARATIVO.....	71
FIGURA 34, p.11 COMPARATIVO.....	72
FIGURA 35, p.11 COMPARATIVO.....	72
FIGURA 38, p.1 ENCUESTAS INICIALES.....	91
FIGURA 39, p.2 ENCUESTAS INICIALES.....	92
FIGURA 40, p.3 ENCUESTAS INICIALES.....	92
FIGURA 41, p.4 ENCUESTAS INICIALES.....	93
FIGURA 42, p.5 ENCUESTAS INICIALES.....	93
FIGURA 43, p.6 ENCUESTAS INICIALES.....	94
FIGURA 44, p.7 ENCUESTAS INICIALES.....	95
FIGURA 45, p.8 ENCUESTAS INICIALES.....	95
FIGURA 46, p.9 ENCUESTAS INICIALES.....	96
FIGURA 47, p.10 ENCUESTAS INICIALES.....	96
FIGURA 48, p.3 INICIAL.....	140
FIGURA 49, p.3 FINAL.....	140
FIGURA 50, p.4 INICIAL.....	141
FIGURA 51, p.4 FINAL.....	141
FIGURA 52, p.5 INICIAL.....	142
FIGURA 53, p.5 FINAL.....	142
FIGURA 54, p.6 INICIAL.....	143
FIGURA 55, p.6 FINAL.....	143
FIGURA 56, p.7 INICIAL.....	144
FIGURA 57, p.7 FINAL.....	144
FIGURA 58, p.8 INICIAL.....	145
FIGURA 59, p.8 FINAL.....	145
FIGURA 60, p.9 INICIAL.....	146
FIGURA 61, p.9 FINAL.....	146
FIGURA 62, p.10 INICIAL.....	147
FIGURA 63, p.10 ENCUESTA FINAL.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1, LOGO COMUNIDAD DEL DESARROLLO HUMANO (LA COMUNIDAD PARA EL DESARROLLO HUMANO, S/F).....	80
GRÁFICO 2, LOGO TRANSFORMA LA NORMA: MICROAGRESIONES-MACROIMPACTOS.....	83
GRÁFICO 3, AMORICINA 10 MG.....	88
GRÁFICO 4, PAPÁ CHANGÓ- VOCEROS.....	90
GRÁFICO 5, PAPÁ CHANGÓ- VIDEO DE APOYO.....	90
GRÁFICO 7, EVENTO DE LANZAMIENTO ENTRADA.....	100
GRÁFICO 8, PÚBLICO EVENTO DE LANZAMIENTO.....	100
GRÁFICO 9, INTERVENCIÓN ARTÍSTICA EVENTO DE LANZAMIENTO.....	101
GRÁFICO 10, ORGANIZADORES EVENTO DE LANZAMIENTO.....	101
GRÁFICO 11, TALLER 1- EXPLICACIÓN.....	103
GRÁFICO 12, TALLER 1, IDEA CAMPAÑA.....	103
GRÁFICO 13, TALLER 1 CHICOS B.I.....	104
GRÁFICO 14, TALLER 2- DOCENTES B.I.....	106
GRÁFICO 15, TALLER 2- RODRIGO MUÑOZ Y MAESTROS B.I.....	107
GRÁFICO 16, TALLER 2- PROFESORES B.I.....	107
GRÁFICO 17, TALLER 2- DOCENTES.....	107
GRÁFICO 18, CHARLA USFQ- SANTIAGO CASTELLANOS.....	109
GRÁFICO 19, CHARLA USFQ- ANDREA Y NICOLE.....	109
GRÁFICO 20, CHARLA USFQ- HUMBERTO SALAZAR.....	109
GRÁFICO 21, TALLER 3- CHICOS B.I.....	112
GRÁFICO 22, TALLER 3.....	112
GRÁFICO 23, TALLER 3 - PAPELOTES, MICROAGRESIONES.....	112
GRÁFICO 24, EVENTO DE RECAUDACIÓN DE FONDOS- UN CINE QUE MARCA.....	114
GRÁFICO 25, UN CINE QUE MARCA- ASISTENTES.....	115
GRÁFICO 26, UN CINE QUE MARCA- ANDREA Y NICOLE.....	115
GRÁFICO 27, UN CINE QUE MARCA: BILLY ELLIOT.....	115
GRÁFICO 28, BTL COLEGIO SUCRE, LASTIMADOS.....	117
GRÁFICO 29, BTL COLEGIO SUCRE- MANCHAS.....	117
GRÁFICO 30, BTL SUCRE- LUPA LASTIMADOS.....	117
GRÁFICO 31, BTL- FEDERICO GAUSS, LASTIMADOS.....	118
GRÁFICO 32, GAUSS BTL LASTIMADOS.....	119
GRÁFICO 33, BTL GAUSS MANCHAS.....	119
GRÁFICO 34, BTL GAUSS LASTIMADOS.....	119
GRÁFICO 35, BTL USFQ, LASTIMADOS.....	120
GRÁFICO 36, BTL USFQ MANCHAS.....	121
GRÁFICO 37, BTL USFQ MANCHAS EN MANIQUÍES.....	121
GRÁFICO 38, BTL C.C. EL RECREO, LASTIMADOS.....	122
GRÁFICO 39, BTL C.C. EL RECREO, MANCHAS.....	123
GRÁFICO 40, BTL C.C. EL RECREO MANCHAS- CARISHINA.....	123
GRÁFICO 41, BTL C.C. EL RECREO.....	123
GRÁFICO 42, ACTIVISMO.....	127
GRÁFICO 43, ACTIVISMO-ASAMBLEA NACIONAL.....	127
GRÁFICO 44, EVENTO DE CIERRE.....	129
GRÁFICO 45, EVENTO DE CIERRE, TACOS.....	129
GRÁFICO 46, CIERRE DE CAMPAÑA.....	129
GRÁFICO 48, ESTADÍSTICAS FACEBOOK.....	132
GRÁFICO 49, TWITTER.....	134
GRÁFICO 50, INSTAGRAM.....	135
GRÁFICO 52, REACCIONES REDES SOCIALES.....	137

INTRODUCCIÓN

La campaña nace como respuesta ante la problemática de violencia verbal cotidiana y busca concientizar y sensibilizar a los jóvenes sobre todos los aspectos que abarcan las Microagresiones Verbales de Género y además mantener un espacio de discusión que promueva la acción, diálogo y posibles soluciones. Las microagresiones verbales de género son expresiones, frases y palabras derogatorias que están presentes en la vida cotidiana de las personas; estas tienen lugar en distintos ámbitos familiares, espacios públicos, educativos, entre otros. Las microagresiones provocan fuertes impactos. En el Ecuador, el uso de microagresiones verbales de género es muy frecuente; la sociedad no está consciente de ello ya que es una práctica naturalizada y poco visible. A diferencia de la violencia directa no se muestra de forma evidente sino que se esconde camuflada en nuestro lenguaje y su uso cotidiano. Estas microagresiones se dan en ámbitos sociales y al ser de uso normalizado los ecuatorianos no notamos ningún trasfondo agresivo en ello. Para la psicóloga Carmen Alcívar (2016) “Las microagresiones verbales son formas de ejercer violencia y discriminación sutil, disfrazada, invisible y naturalizada”, razón por la cual son prácticas violentas socialmente aceptadas y normalmente no consideradas como agresivas o agraviantes.

Mediante esta iniciativa se pretende mantener un espacio de discusión que promueva la acción y el diálogo respecto a este problema mientras se promueven posibles soluciones para el mismo. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” es realizada en alianza con La Comunidad para el Desarrollo Humano dentro del proyecto “Consejos Permanentes por la No Violencia” en conjunto con la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito y ha sido aplicada como proyecto piloto en los Bachilleratos Internacionales del Colegio Técnico Mariscal Sucre, la USFQ y atestiguado por estudiantes de diversos colegios de Quito. Consecuentemente, El rango de edades para el público objetivo se delineó con jóvenes entre los 17 y 24 años como.

A lo largo del desarrollo de la campaña, se han producido capacitaciones y talleres; el evento de lanzamiento protagonizado por alumnos del 2do de bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre y con la asistencia de varios estudiantes en años de Bachillerato de dicha institución y otros colegios de Quito como: Montebello Academy, Joel Osteen Academy, Colegio Federico Gauss; además la producción de videos didácticos explicativos sobre el tema; un jingle inédito de la campaña producido por uno de los alumnos del Colegio Sucre; activaciones BTL en distintas locaciones; activismo con propuesta de políticas públicas para la Asamblea Nacional del Ecuador; piezas gráficas que evidencian a la violencia verbal sexista, videos de apoyo por nuestros voceros de campaña, Papá Changó y demás material de apoyo. En resumen, podemos recordar que estas microagresiones se dan en ámbitos sociales y al ser de uso normalizado los ecuatorianos no notamos ningún trasfondo agresivo en ello. De hecho, según la psicóloga Carmen Alcívar (2016) “Las microagresiones verbales son formas de ejercer violencia y discriminación sutil, disfrazada, invisible y naturalizada”, razón por la cual son prácticas violentas socialmente aceptadas y normalmente no consideradas como agresivas o agraviantes. Adicionalmente, se entiende al género como una construcción social, lingüística y cultural que en la sociedad ecuatoriana crea distinciones marcadas desde el momento en el cual un niño o niña nace y lo califican, educan y programan a comportarse de tal o cual forma y a referirse respecto de los hombres o mujeres según estigmas y estereotipos; por consiguiente, se le enseña también a condenar, insultar y menospreciar a quienes no cumplan los roles asignados.

MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL

1. Construcción social y psicológica de los roles de género, estereotipos y aplicación

1.1. Enfoque antropológico: orden jerárquico de lo femenino y lo masculino.

Las acciones resultan de pensamientos y por esta razón se debe dar a conocer la raíz o el origen de dichos pensamientos. Con esto en mente, para entender el origen de las microagresiones, como efectos a partir de percepciones específicas y delimitadas, es importante tomar en cuenta a las construcciones sociales y culturales. Para esto, referimos a la antropóloga Sherry Ortner quien argumenta que la mentalidad humana asigna a la cultura superior a la naturaleza; por lo cual la cultura es el camino del hombre para dominar la naturaleza. Ortner nos ofrece una explicación del resultado de esta mentalidad en el cual las mujeres han sido universalmente consideradas como de segunda clase a los hombres a lo largo de la historia. Esta teoría describe las condiciones sociales que jerarquizan el orden de lo que es masculino como superior a lo femenino. Este orden se justifica con la percepción de que la fisiología y la psicología de las mujeres son universalmente identificadas con la naturaleza de manera simbólica; mientras tanto, los hombres están más asociados con la cultura. Lo que resulta en que las mujeres y lo femenino se encuentren limitados en su rol y movimiento social. De tal forma, “podemos igualar aproximadamente la cultura con la noción de conciencia humana o con los productos de la conciencia humana (es decir, con los sistemas de pensamiento y la tecnología) mediante los cuales la humanidad intenta asegurarse su control sobre la naturaleza” (Ortner, 1978)

La explicación argumenta que las mujeres son identificadas en gran medida con la naturaleza, sostiene que su cuerpo está en función del óvulo fecundado, y por lo tanto en la creación de nueva vida y preservar la especie humana. Además, más partes y funciones del

cuerpo existen con el propósito de tener hijos, de acuerdo al sistema reproductor femenino y sus procesos biológicos. En consecuencia, la sociedad limita a las mujeres a un papel familiar y doméstico que libera a los hombres a perseguir más esfuerzos "culturales" como el arte o la religión, ambos como aspectos trascendentales de la humanidad. Precisamente, la cultura de manera genérica se confiere al "proceso de generar y mantener sistemas de formas significativas (símbolos, artefactos, etc.) mediante los cuales la humanidad trasciende las condiciones de la existencia natural, las doblega a sus propósitos y las controla de acuerdo a sus intereses" (Ortner, 1978) En este punto podemos entender el origen de los estereotipos que reflejan los roles de género fundamentados en dicho orden jerárquico entre hombres y mujeres. En tal caso, las agresiones y microagresiones de género valoran a lo masculino por encima de lo femenino, otorgando así características negativas a lo relacionado con la mujer y a partir de las cuales el cuerpo de la misma y sus funciones reproductivas definen su papel en la sociedad; de modo que, el "sentido de diferenciación y de superioridad se basa precisamente en la capacidad de transformar - «socializar» y «culturarizar»- la naturaleza" (Ortner, 1978)

1.2. Enfoque psicológico: Formación cognitiva de los estereotipos de género.

En la sociedad, el individuo interactúa de manera que se adapta con su entorno; en este aspecto, emite una predisposición intencional conocida como una actitud. La actitud que desempeña, le permite reaccionar positiva o negativamente frente a una determinada situación contextual. Adicionalmente, las actitudes son constituidas por creencias, pensamientos, sentimientos, puntos de vista y comportamientos. Primero, exploramos a las actitudes transmitidas frente a los roles de género para lo cual se dan a conocer tres tipos: actitudes afectivas, actitudes comportamentales y actitudes cognitivas. Como resultado, el sexismo se clasifica como actitud

afectiva; la formación de estereotipos de roles de género se entiende como actitud cognitiva, y la discriminación sexual como actitud comportamental. Dentro de esta última, se identifican a las agresiones y microagresiones como comportamental ya que constituyen una acción, un efecto conductual de discriminación que influye en la interacción social.

Previo a la actitud comportamental de actos discriminatorios, existe la formación mental y cognitiva del estereotipo; al mismo que se lo define como “un esquema o un conjunto de creencias acerca de un determinado grupo de personas” (Helgeson, 2015,p.79) En el caso de los estereotipos de género, específicamente, conforman según Helgeson “características que asignamos a mujeres y hombres en nuestra sociedad, estas características no se asignan por el sexo biológico sino por roles sociales que hombres y mujeres poseen.”(p.79) Además, se resalta la importancia de contrastar a la creación de estereotipos y sus componentes con condiciones étnicas, de edad y preferencias sexuales específicas.

Según el imaginario de los roles sociales que son plasmados para hombres y mujeres, es posible determinar dos componentes de los estereotipos los cuales moldean a los parámetros de cada género. De hecho, el componente descriptivo se distingue por su característica limitante; “ya que juzgamos a las mujeres femeninas como menos competentes para puestos de liderazgo y a los hombres masculinos como menos capaces de criar a los niños” (Helgeson, 2015,p.80). Como se puede observar, las restricciones de este componente son ejercidas dentro de la relación entre el género y su función o tarea dentro de la estructura social. Por otro lado, el aspecto prescriptivo explica el cómo piensa el individuo que las personas deben comportarse de acuerdo a su sexo; para lo cual el autor afirma qué: “el componente prescriptivo de los estereotipos de rol de género, dice que los hombres deben ser masculinos y las mujeres deben ser femeninas” (p.80). Estas percepciones detalladas, son conocidas como una forma de comportamiento humano frente a procesos de adaptación, para ser parte integral de una sociedad caracterizada por los estereotipos de género.

No obstante, aunque se generaliza esta actitud cognitiva como parte del ser humano, la psicología de género advierte que: “el peligro de los estereotipos es que influye en nuestras percepciones y comportamientos hacia los demás, de tal manera que otros confirman el estereotipo” (Helgeson, 2015,p.89) Esto quiere decir que el estereotipo fomentado y ejercido en una acción limitante, crea una situación que posteriormente confirma el estereotipo. Por ejemplo, si un padre cree que solo las niñas deben aprender a cocinar y los niños no, entonces a su hijo no le proporcionará los recursos para aprender a cocinar. Como resultado, el niño evidentemente tendrá dificultad para cocinar y sus habilidades en este aspecto serán menores que las de la niña. Debido a la situación creada inicialmente por el padre, el estereotipo se confirmará y permanecerá en ese mismo ciclo. Esta confirmación se denomina como ‘profecía auto realizadora,’ que influye negativamente la manera en la que actuamos frente a los demás y en que percibimos a los demás.

“Cuando el ser humano percibe información que no necesariamente se apega al estereotipo que conoce, describe a esta información como extrema. Es decir, cuando un comportamiento no es normativo conlleva a que se lo relacione con rasgos particulares mucho más fuertes; esta descripción define a la teoría de inferencia correspondiente. De acuerdo con esta teoría, “somos más propensos a hacer atribuciones de disposición por el comportamiento que no es normativo, sino único” (Helgeson, 2015,p.92)

Bajo esta teoría, podemos entender un ejemplo de negación de la característica de fortaleza y “hombría” para un hombre que es cariñoso con su novia y se le atribuye el rasgo de débil o “poco hombre” .

“El efecto ‘backlash’ o efecto rebote sirve para mantener los estereotipos, penalizando a personas por el comportamiento anti-estereotípico, disuadiendo a la gente por dar a conocer públicamente el comportamiento anti-estereotípico, y socavando el desempeño en el ámbito anti-estereotípico” (Helgeson, 2015,p.92)

La posibilidad de alteraciones o cambios a los estereotipos aparece como complicada y probablemente imposible, desde el punto de vista psicológico social. Esto se explica debido a la formación cognitiva de los estereotipos en la cual retratamos una imagen específica con la que juzgamos lo que proviene del entorno. Esta imagen está concebida de una manera poco flexible y que responde agresivamente frente a percepciones que difieren y que son desconocidas, extrañas o poco comunes. El resultado de esta respuesta de rechazo se conoce como el efecto “backlash” o efecto rebote que provoca reacciones que castigan o minimizan lo diferente. Algunas de sus propiedades se describen a continuación:

Según Helgeson (2015):

“sirve para mantener los estereotipos, penalizando a personas por el comportamiento anti-estereotípico, disuadiendo a la gente por dar a conocer públicamente el comportamiento anti-estereotípico, y socavando el desempeño en el ámbito anti-estereotípico” (Helgeson, 2015,p.92)

1.3 Aplicación Social.

Como se ha ido observando a través del enfoque antropológico y psicológico, lo femenino y lo masculino son percibidos a través de imágenes mentales de estereotipos que influyen en las acciones humanas. La misma genera procesos y estructuras en base a los roles de género con características inherentes tanto para hombres como para mujeres.

Por consiguiente, resaltamos este aspecto psicológico que ubica a la discriminación dentro de las actitudes conductuales ya que constituye un acto de segregación en la interacción con la sociedad. Por este motivo, aparecen ejemplos en la práctica que nos permiten comprender la construcción y aplicación social de los roles de género.

De acuerdo a Frieze, Parsons, Johnson, Ruble y Zellman (1978), con respecto a este tópico, se conoce que la mujer ha sido discriminada a lo largo de los años de muchas formas:

privándoles el derecho al voto, el poder estar en los jurados, reclamar custodia de sus propios hijos, entre otras cosas. Sin embargo esas discriminaciones tan evidentes aparentemente han disminuido en relación a tiempos pasados. (p.286)

No obstante, “la discriminación abierta, así como sutil todavía se puede encontrar tanto en la legislación como la práctica.”(Frieze et al.,1978,p.286) De hecho, el efecto se da sobre todo en el diario vivir, donde podemos presenciar cómo son víctimas de insultos, acoso, agresiones y discriminaciones tanto verbales como no verbales. Dentro de este aspecto “sutil” es que se puede adherir el concepto de microagresiones de género ya que constituye un acto de discriminación y derogación casi imperceptible a simple vista debido a que actúa dentro de un esquema ficticio de lo que se considera como normal o común. Se suma a la lista de acciones discriminatorias, la evidente objetivación o sexualización dentro de la publicidad, el uso de frases sexistas y demás; todas como hechos socialmente aceptados.

1.4. El efecto de las expresiones derogatorias.

Las expresiones derogatorias producen impactos psicológicos en los individuos, tanto en quien las dice como en la persona que las recibe. Estas expresiones tienen el fin de humillar o denigrar a una persona o grupo en específico; pueden crear un fuerte impacto psicológico inmediato en la persona que las recibe y a la larga pueden traer graves implicaciones y construir potentes estereotipos enemistados. “Muchos alegan que, al proferir esos insultos, cruzamos la línea importante: nuestras palabras constituirán no sólo imprecaciones, sino también discursos de odio” (Irvine,2015,p.42).

Estas expresiones derogatorias se vuelven más maliciosas si se refieren a grupos marginados o minorías excluidas socialmente por sus diferencias; como Irvine (2015)

manifiesta: “Algunos de los insultos más virulentos son los que se lanzan contra personas de cierta raza, género o preferencia sexual” (p.42) esto significa que algunas de las expresiones derogatorias más graves y contagiosos son las racistas, de género y hacia personas de distinta preferencia sexual. Sin embargo, estas expresiones denigrantes no aparentan tener las mismas implicaciones de agresión que sí tendría una agresión física más directa y medible.

Ciertas bromas y burlas son parte de las expresiones derogatorias y afectan a nivel psicológico de una forma camuflada pero con la misma intención agresiva. “Los psicólogos han documentado la naturaleza paradójica de la burla: puede criticar y halagar simultáneamente a alguien y expresar afecto por él en la tentativa de humillarlo. La burla es una forma permitida de falta de respeto”(p.87). Una forma de mofarse de alguien y hacerlo sentir mal de forma sutil es la burla que se hace mediante un halago o cumplido falso.

Los efectos psicológicos que este tipo de expresiones derogatorias tienen van mucho más allá de lo que se piensa comúnmente al no evidenciar algún golpe físico o algo más notorio, se deja de lado la verbal creyendo que no tendrá fuertes implicaciones en quien recibe las expresiones derogatorias, sin embargo estas crean efectos de baja autoestima, aislamiento social y fuertes inconformidades(personales y sociales) en la persona afectada.

2. Agresiones y microagresiones

2.1. Actos y actitudes de agresión.

Las agresiones son conductas dañinas que se realizan de forma generalmente intencional en contra de otra persona con el fin de hierla. Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE) una agresión es “Acto de acometer a alguien para matarlo, hierlo o hacerle daño”, es

una manera de atacar a alguien e ir en contra de sus derechos. La identificación de las agresiones que no son físicas son mucho más difíciles de hacer, ya que generalmente se asocia a la agresión de forma casi automática con algo evidente que se muestra, es decir algo físico. Debido a esto, la agresión verbal comúnmente no es algo que se tome como agresión evidente, ya que es poco medible en relación a una agresión física, y por lo tanto se cree que la verbal no tendrá el mismo impacto sobre la persona agredida.

Para Frieze, Parsons, Johnson, Ruble y Zellman (1978):

“La agresión se suele conceptualizar en términos de la conducta física evidente, como lo es golpear. Pero hay más que la conducta evidente implicada en la agresión. Una buena definición debe incluir un motivo subyacente, la intención de herir a otra persona u objeto. En las medidas no físicas de las agresiones las diferencias son menos claras.”(p.53)

Por lo tanto, la identificación de agresiones no físicas o no tan evidentes son catalogadas como menos importantes o hirientes para la persona afectada; por esto las microagresiones, a pesar de ser actos socialmente aceptados que suceden a diario no suelen ser catalogadas dentro de las agresiones, sino que son tomadas como actos inofensivos debido a que existe poco conocimiento del trasfondo e impacto psicológico y social que estas tienen realmente.

2.2. Definición de microagresión

Las microagresiones son actos pequeños casi inconscientes que realizamos a diario, estos pueden ser de carácter racista o sexista. Pueden parecer minúsculos actos sin importancia, sin embargo, el trasfondo psicológico y social que tiene crea un fuerte impacto en la persona que es agredida y en toda la sociedad. Las microagresiones surgen en cualquier acto o comentario despectivo que se hace hacia un grupo de distinta raza o género; estas actitudes y actos son

socialmente aceptados lo cual los vuelve mucho más peligrosos ya que no tienen ningún tipo de regulación o control. Las microagresiones afectan principalmente a los grupos marginados de la sociedad generalizándolos y resaltando sus diferencias; un ejemplo de microagresión no verbal es cuando un hombre regresa a ver a una mujer de una forma pervertida cuando pasa junto a él.

Según Sue (2010):

“Las microagresiones pueden ser abiertas y encubiertas pero son más perjudiciales cuando ocurren fuera del nivel de conciencia de los autores bien intencionados. La mayoría de nosotros puede reconocer y definir las formas de prejuicio y discriminación y activamente condenar estas acciones. Sin embargo, las manifestaciones "invisibles" no están bajo control y conciencia, entonces ocurren espontáneamente sin ningún control y equilibrio en la interacción personal, social y laboral”(p.40)

Las microagresiones según dice Sue, pueden ser manifestadas de manera abierta o camuflada, incluso muchas veces de forma inconsciente por parte de quien las dice y no ve ningún tipo de mala intención en ellas. Cuando escuchamos o somos testigos de manifestaciones discriminatorias directas o físicas más notorias generalmente las rechazamos; pero sucede algo distinto con las microagresiones ya que se presentan de una manera sutil, casi imperceptible e invisible, razón por la cual no se encuentran bajo nuestro control o conciencia y esto las vuelve más dañinas ya que no se crea ningún tipo de regulación. De esta manera, las microagresiones se replican y se vuelven tan comunes en el día a día que no existe un real entendimiento de las consecuencias que producen en los individuos que son víctimas de éstas.

2.3. Microagresiones verbales de género y acoso

Primero, se debe entender claramente que las microagresiones verbales de género son aquellas pequeñas acciones (frases, dichos coloquiales, expresiones despectivas, sexistas y machistas) de apariencia inofensiva que se dan en el día a día, denigrando a las mujeres. A través de estas

microagresiones se cimientan estereotipos e inconscientemente los replicamos en la mayoría de ámbitos de interacción social. Las microagresiones verbales son estrictamente cosas que se dicen respecto al grupo marginado, en este caso las mujeres, desde una perspectiva que rechaza y denigra a este grupo determinado de una manera indirecta y sutil a través de frases coloquiales y microinsultos.

Las microagresiones verbales de género denigran a las mujeres al devaluar, objetivar y sexualizar su cuerpo a través de frases o expresiones de uso diario que hacen referente a lo femenino como algo inferior, frágil, sensible, menos inteligente, poco fuerte y estereotipadamente bello; incluso estas microagresiones pueden ser camufladas a manera de halagos y piropos, entrando así en el ámbito del acoso, pero de ambas formas inmiscuyéndose en el subconsciente social creando agresiones, estándares y discriminaciones más fuertes.

“Según las mujeres, las microagresiones de género ocurren con frecuencia y devalúan sus contribuciones, las objetivan como objetos sexuales, desestiman sus logros y limitan su efectividad en los entornos sociales, educacionales, profesionales y de empleo.” (Sue, D.W., 2010, p.12). Las microagresiones de género en general, dejan de lado las aptitudes y méritos de las mujeres tratándolas y marginándolas según estereotipos. Debido a esto se crean limitaciones sociales en diversos ámbitos educativos y laborales para las mujeres ya que estas son pre-limitadas, juzgadas y poco valoradas por sus logros. Por el contrario, se resalta su apariencia física, su correspondencia con estereotipos sexuales y de belleza; esto se evidencia fuertemente en las microagresiones verbales que desestiman su capacidad intelectual o incluso deportiva resaltando su físico, sexo y femineidad muy por encima de sus aptitudes y competencias reales.

Frases como “Pateas como niña”, “No te vistes como dama”, “No manejas bien, porque eres mujer” entre otras, son parte de las microagresiones verbales diarias que sufren las mujeres; expresiones que superficialmente parecen poco agraviantes pero traen consigo graves

consecuencias sociales e individuales; dentro de estas expresiones y frases diarias también se encuentran los microinsultos.

Los microinsultos fueron definidos por Sue en 2010 como : “comunicaciones interpersonales o ambientales que transmiten estereotipos, la grosería y falta de sensibilidad y que degradan la orientación racial, de género o sexual, herencia, o la identidad de una persona”(p.31). Los microinsultos entonces, son palabras sutiles que tienen como fin ofender a miembros de minorías o grupos socialmente marginados por su raza, género o preferencia sexual; están caracterizados por perpetuar o replicar estereotipos. Quien los dice está consciente de su significado ofensivo y agravante, pero es capaz de camuflar el mensaje para su receptor disfrazándolo de bromas o chistes. “Los microinsultos representan desaires sutiles, con frecuencia con el conocimiento consciente del autor, pero transmiten un mensaje insultante muchas veces oculto para el receptor”(Sue, 2010, p.31).

A pesar de ser considerados insultos leves y sin importancia, su contenido hiriente no se minimiza, ya que los efectos psicológicos que producen en el individuo son más profundos de los aparentes; esto se debe a que al ser discursos de odio que se replican en formas diversas sobre la persona insultada generan los mismos efectos que las agresiones verbales directas, o incluso estas microagresiones pueden llegar a ser más graves ya que la agresión entra en un ámbito casi inconsciente y sin control. Los efectos de estos microinsultos son heridas invisibles que afectan el autoestima, la salud mental, el sentido de inclusión o exclusión de la persona a grupos sociales determinados.

Los microinsultos relacionados con el género se enfocan en denigrar lo femenino, sexualizar y objetivar a las mujeres; son mensajes insultantes sutiles y cubiertos que se hacen denigrando a todo lo femenino a un nivel más bajo que lo masculino. Estos insultos pequeños replican estereotipos y roles de género y condenan a quienes no cumplan los estándares sociales. Por ejemplo, si una mujer no es femenina, realiza algún deporte considerado

socialmente solo para varones, y es algo ruda o demuestra fortaleza será llamada “marimacho”, adjetivo que según Pancracio Celdrán (1995) en su *Inventario General de Insultos*, califica a una persona del género femenino que presenta fuertes rasgos o comportamientos masculinos. Adicionalmente respecto a la palabra marimacho Celdrán afirma que “no se consideraba, cosa ofensiva, sino melindres propias del sexo débil a las que, como en casi todo lo que con él se relacionaba, se le concedía poca importancia ”(p.169). Es decir que se consideraba a este insulto, en caso de ser tomado como tal, un capricho de la mujer y al igual que a ellas no se le brinda importancia alguna; lo cual denota claramente como los microinsultos de género no han sido vistos como tales sino tomados como palabras sin importancia que no produce ningún efecto, dejando de lado todo el trasfondo psicológico, social y de construcción o mantención de estereotipos de género que éstos conllevan.

Muchas de las agresiones verbales suelen esconderse detrás de presuntos halagos y coqueteos, que hacia el género femenino son muy comunes y parte de la convivencia cotidiana en sociedades machistas; cuando estas adulaciones se vuelven excesivas o sarcásticas crean ambientes hostiles para las mujeres y pueden ser consideradas como acoso. “Tanto el acoso de género y la atención sexual no deseada recaen en la categoría legal de acoso sexual en entorno hostil”(Fairchild y Rudman, 2008, p.340).

El acoso verbal surge a través de pequeñas bromas generalmente sexificadas que hacen referencia a las mujeres como objetos de placer sexual del hombre, estos chistes a veces suelen ser muy sutiles y escondidos detrás de risas o agregando frases al final de las mismas como “sin ofender”, “era chiste”, entre otras. No obstante, estas bromas respecto a las mujeres generan ambientes poco amigables y sentimientos incómodos en ellas; el agresor usualmente no es consciente de lo que sus palabras generan o en caso de que lo sea no tiene mayor interés en el efecto agresivo que produce en la persona acosada.

El acoso implica varios componentes degradantes para la persona afectada, actos que no son tomados como dañinos u ofensivos socialmente, pero que al ser compuesto por microagresiones generan consecuencias importantes en el subconsciente tanto social como de la víctima.

“El acoso de género implica la degradación de las mujeres a nivel de grupo, tal cómo hacer chistes sobre ellas como objetos sexuales o publicar fotos de mujeres como objetos sexuales. La atención sexual no deseada implica la degradación de las mujeres a nivel individual, como tratar a una mujer como un objeto sexual mediante el envío de correos electrónicos pervertidos, sujetar su cuerpo de forma inapropiada, o mirarla lascivamente”. (Fairchild y Rudman, 2008, p.340)

Fairchild y Rudman hablan del acoso como una degradación a la mujer que empieza desde las bromas que se hacen sobre y en contra de ella, usualmente. El acoso verbal hace que el agresor suponga que no causará ningún efecto dañino en la otra persona, este generalmente se da mediante bromas, insultos disfrazados de “expresiones coloquiales” o historias sugerentes que suelen ser de carácter sexista agrediendo a la mujer de forma bastante consciente pero no tan perceptible socialmente, razón por la cual el acoso verbal y este tipo de microagresiones no son catalogadas como “muy graves”, a pesar de que tienen una carga psicológica y social muy fuerte.

Como se mencionó anteriormente, todo tipo de microagresión verbal tiene una fuerte repercusión en el inconsciente de la víctima y en el subconsciente social. Sobre la víctima, al ser blanco de exclusiones, degradaciones, acosos y microinsultos que se dan a través de las microagresiones verbales se puede generar baja autoestima, sentimientos de aislación y rechazo o incluso depresión. Sobre la sociedad, al estar en constante contacto con los discursos de odio que estas microagresiones verbales replican, se fortifican estereotipos y discursos de odio peligrosos; ya que al introducirse en el inconsciente social no cuentan con ningún tipo de control, ni regulación.

3. Enfoque sociolingüístico y comunicativo interpersonal

A través de la lengua los humanos transmiten sus pensamientos, filosofías, leyendas y tradiciones. El lenguaje es el sistema comunicacional que utilizamos a diario, es mediante éste que creamos adjetivos, palabras, nombres y sobretodo transmitimos creencias. El uso del lenguaje respecto al género en sociedades machistas, determina diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres; acepta o excluye expresiones coloquiales y formas de dirigirse a las personas dependiendo de su género.

“Las lenguas son sistemas de comunicación creados por los seres humanos a su imagen y semejanza; por ello en sociedades en las que se establece una diferencia sexual entre sexos, existen divergencias estructurales y de uso en la manera de hablar de las mujeres y de los varones (...) En ello consiste el sexismo lingüístico, en un diverso tratamiento que, a través de la lengua, hacemos del individuo en función de los genitales con los que ha nacido” . (Calero, 1999, p.9).

La autora explica como se ha discriminado a las mujeres de forma lingüística y de qué manera a través de las lenguas y las palabras hemos creado y desarrollado pensamientos sexistas que siguen pasando de generación a generación al igual que el lenguaje. Uno de los factores de perpetuación de estereotipos más importantes es sin duda el lingüístico, ya que estamos en contacto continuo con éste y es parte de nuestro uso cotidiano. Por esta razón en caso de que dentro del lenguaje se encuentran estereotipos o expresiones machistas las personas las absorben inconscientemente desde el momento en que entienden y empiezan a utilizar el lenguaje, es decir, desde niños. “La discriminación que han sufrido tradicionalmente las mujeres en el mundo, tiene múltiples manifestaciones, una de ellas es estrictamente lingüística”(Calero, 1999, p.9). La lingüística nos enseña como se trata a una persona y se la define por su género, así se forman las discriminaciones basadas en el androcentrismo que dispone a los varones como superiores a las mujeres y el lenguaje copia esta perspectiva.

Las palabras y adjetivos que empleamos a diario para referirnos a lo femenino o masculino pueden estar cargadas de consignas machistas, y al ser usadas cotidianamente nos parecen inofensivas, pero en conjunto crean y mantienen discursos sexistas y estereotipos.

“Si recurrimos al estudio de léxico, es decir, a qué clase de adjetivación se concede a los personajes masculinos y femeninos (...) se observa una prolongación de estereotipos sexuales que dominan nuestra sociedad:

- la niña o mujer es preciosa, comprensiva, casera, curiosa feliz...
 - el niño o varón es corpulento, famoso, ilustre, responsable, sabio, peleador, observador”
- . (Calero,1999,p.53-54)

Calero explica cómo a partir de expresiones de uso diario se van creando estereotipos de lo correcto e incorrecto según el género de la persona y lo estandarizan a las características que debe tener respectivamente si su sexo es de hombre o mujer, construyendo en las personas desde niños criterios sesgados y sexistas donde se brindan roles de género y no se ven otras perspectivas de preferencias sexuales que puedan existir, sino que se limitan a la dualidad de hombre y mujer en ese orden de precedencia.

3.1. Interacciones e influencias sociales.

Los estereotipos y las microagresiones se crean y replican desde el primer círculo social del cual el individuo forma parte, es decir, la familia; estos estereotipos o microagresiones se van manteniendo o transformando según los nuevos círculos de los cuales la persona se vuelve parte al crecer. Las actitudes y acciones agresivas, microagresivas y machistas se aprenden en ámbitos cotidianos, de interacción diaria y repetición constante. El lenguaje, es parte de esta influencia social y al ser el sistema comunicativo principal se convierte en parte esencial de la construcción de creencias, estereotipos, etc. “Crecer para convertirse en un miembro normal

de una cultura es en gran medida una cuestión de aprender cómo percibir, pensar y comportarse como otros en la cultura lo hacen ”.(Croom, 2013, p.192).

La lengua y sus usos se pueden entender a partir de la característica adaptativas del ser humano en el medio social; en su forma de ajustarse para formar parte de ella. Para lo cual el uso del lenguaje podría ser explicado en la necesidad de sentirse incluidos en la percepción y pensamientos de la sociedad en donde se reside. Respecto al género, los estereotipos y roles que se asignan a las personas nacen de influencias lingüísticas en interacciones sociales ; ningún individuo nace machista, estos prejuicios y actitudes se adquieren a través de las interacciones y la vida cotidiana; incluso la influencia mediática puede crear gran impacto en las construcciones de identidad de género y categorización de masculino y femenino además de la apariencia, actitud, manera de moverse y expresarse supuestamente propias o inapropiadas para cada género. El uso lingüístico mediático y social crea impacto en el sujeto determinándolo a expresarse bajo regímenes sexistas que este lenguaje aprendido conlleva.

“A través de un proceso de socialización directa, los niños aprenden lo que sus padres opinan sobre las mujeres a través de sus palabras, sus obras, y particularmente la manera en que actúan de los padres- hacia los demás y en relación con el mundo exterior. Si la madre y el padre tienen una relación estereotipada, esperaríamos que los niños desarrollen actitudes estereotipadas sobre las mujeres” (Frieze, Parsons, Johnson, Ruble y Zellman,1978,p.292).

El proceso de generación de estereotipos sexistas en los niños, y depende en gran parte de la manera como son criados por sus padres, por lo tanto influye mucho en la formación del pensamiento del niño si ellos son una pareja que basa su relación en estereotipos o no. Otro factor que determina el criterio del niño es la manera en que los dos padres manejan sus acciones y sobretodo sus palabras respecto a las mujeres. Las palabras, frases discriminatorias o sexistas y maneras de expresarse respecto a las mujeres y\o a todo lo femenino influye en la

construcción de una opinión con o sin estereotipos que el niño aprende desde muy pequeño y a futuro replicará en su vida.

Por otra parte, las interacciones sociales posteriores a la fundamental que es la familia, contagian y repiten discursos estereotipados de género consciente o inconscientemente. Las agresiones directas son bastante frecuentes, sin embargo, la persona ve estas agresiones (sobre todo si son físicas) como algo muy evidente y opta por rechazarlas o negarse a compartir la ideología de las personas agraviadas. No obstante, el mismo individuo poco consciente de sus palabras puede hacer uso de microagresiones en su vida cotidiana mucho más constantemente que agresor directo en la mayoría de sus círculos sociales, sin darse cuenta del trasfondo discriminatorio y aislando a estas acciones como actos de poca importancia. Por este tipo de razones las microagresiones verbales siguen siendo pensamientos prejuiciosos presentes en la mente de manera poco consciente, razón por la cual se vuelven reincidentes.

3.2. Definiciones de insultos, orígenes y aplicaciones.

Parte de las interacciones e influencias diarias sobre temas de género y microagresiones verbales son los insultos, estos son parte de la tradición lingüística y social. Los insultos sutiles o considerados poco ofensivos son parte de las microagresiones verbales a través de estos se podrá ver también cómo lo femenino es considerado más denigrante y agravante que lo masculino. El insulto según la RAE es “acometimiento o asalto repentino y violento”, es decir un ataque rápido que incluye violencia. Por otro lado Celdrán (1995) afirma lo siguiente: “Es término deriva de la voz latina assalire: saltar contra alguien, asaltarlo para hacerle daño de palabra, con claro ánimo de ofenderlo y humillarlo mostrándole malquerencia y desestimación grandes, y haciéndole desaire”.(p.5) Con esto en mente, se entiende que el insulto conlleva una

intención voluntariamente hiriente por parte de quien lo dice. Muchos de los insultos que entran en la categoría de “inofensivos” son aquellos que se dan en ámbitos de broma y risa.

“Por lo general, el animus insultandi, o voluntad maldiciente aflora en el temperamento hispano en ambiente y caso jocosos, para hacer gracia de alguien a fin de reírse todos de él; es una de las formas más fértiles de mostrar el ingenio quien lo tuviere, y de enseñar su mala índole o mala baba quien es radicalmente malo y cruel”. (Celdrán, 1995, p.5)

Se apela a las intenciones del que emite el insulto para determinar las causas por las cuales se emplean este tipo de términos. En general, se los concibe como negativos, ofensivos y groseros debido a la definición conceptual que cada término posee. Sin embargo, en algunos contextos podría presentar una imagen de gracia y comicidad que provoca risas y burlas de apariencia inofensiva. Los insultos y sus usos varían en cuanto al empleo contextual que se les dé. Por ejemplo, dentro o fuera de un grupo, para lo cual la interacción verbal, comunicacional y social consta como delimitante de los usos. Se identifican en su uso dentro del comportamiento interpersonal y el lenguaje como “pragmáticos y no pragmáticos derogatorios y no derogatorios en el uso grupal” (Croom, 2013,p.177). Sin embargo, las microagresiones y microinsultos surgen de aquellos insultos que son catalogados como no derogatorios, es decir, poco importantes y poco hirientes.

Los insultos son parte de nuestra comunicación diaria y varias veces se utilizan en manera de burla o denigración; los insultos de carácter sexista excluyen, sexualizan y minimizan a la mujer. “Las personas compiten por status, y muchas veces la forma más fácil de hacerlo es denigrar a alguien más, y aumentar su rango relativo sólo un poco ”(Croom, 2013, p.196). Por lo que respecta a esta lucha de estatus social, es común que una de las razones para que los hombres insulten a las mujeres o denigren actitudes y comportamientos femeninos es para ganar mayor notoriedad y presumir un supuesto poder o nivel superior respecto al otro género.

A continuación se expondrán y analizarán algunos términos citados por Pancraccio Celdrán en su *Inventario General de Insultos y su relación con el sexismo lingüístico*. Este libro posee una lista alfabética de insultos en español; proporcionando una referencia del significado y el empleo contextual e histórico de cada uno.

Una de las palabras más usadas socialmente y con mayor impacto agresivo si se lo dice en contra de alguien es el término “Puta” palabra usada en contra de las mujeres por no cumplir los estándares sociales de castidad sexual que se le establece a la mujer; según Celdrán puta es una “mujer que comercia con su cuerpo, haciendo de la cópula carnal un modo de vida. Como tal oficio siempre existió y tuvo pingües beneficios; pero no siempre estuvo igualmente denostado” (p.230). Como manifiesta el autor, este término no siempre tuvo la connotación despectiva que tiene ahora, incluso afirma que antiguamente no se veía como algo repulsivo el hecho de fornicar por interés. El término empezó a mal utilizarse y denigrarse desde que adquirió una carácter de sugerencia bíblica, “En un manuscrito del siglo XIII, aparece el término en el siguiente consejo o mandato bíblico: *No tomarás mujer puta*”(Celdrán, 1995, p.231). Desde este hecho en adelante esta palabra ha sido relacionada con un vínculo de agresión grave. Celdrán cuenta que la palabra puta se encuentra dentro de las cinco palabras más injuriosas, ofensivas e insultantes, y que esto se debe en gran parte a los tabús creados en torno a la libertad sexual de la mujer. Algo importante de resaltar es que este es el insulto con más explicación y diversidad de significados en el *Inventario de Insultos* de Celdrán, que en comparación con el término puto que solo tiene una explicación de 6 líneas se puede notar el distinto impacto de agresión que puede crear un término solo al variar su género. El término actualmente ha sido usado en campañas de empoderamiento femenino.

Otro término socialmente aceptado y usado en contra de las mujeres, sexualizándolas y denigrándolas es “calientapollas”, se refiere a una mujer que permite que la acaricien, besen

y toquen pero no concreta la acción sexual. Para Celdrán calentapollas se refiere a “Mujer que permite besos, caricias y tocamientos, negándose, tras estos preámbulos, a culminar los juegos sexuales con el coito”(p.49). Es un término despectivo extremadamente machista ya que denigra a la mujer por el hecho de no haber concluido un acto sexual por su propia voluntad, deja de lado los derechos sexuales de la mujer y la insulta por no ser consecuente con el deseo sexual del hombre.

Maricón, por otro lado es una palabra que se usa para insultar a hombres con rasgos femeninos. “Hombre, afeminado o no, que busca para el goce sexual la compañía de otro hombre, adoptando actitud pasiva o de puto.” (Celdrán, 1995,p. 168).Este término es usado comúnmente en el lenguaje coloquial cotidiano insultando y denigrando a lo femenino como inferior a lo masculino.

Una vez analizados estos términos, se puede notar como la lengua crea y determina insultos más virulentos , denigrantes, con mayor impacto y fuertes para las mujeres que para los hombres, y como las construcciones sociales cambian y modifican significados de palabras según conveniencias.

4. Condicionantes para la no utilización de microagresiones verbales de género

4.1 Condicionante de imagen y reputación.

Tomando en cuenta el aspecto de cualidades que deroga a lo femenino con respecto al uso de insultos, se resalta frases y palabras que tienen una connotación negativa frente a diversidades sexuales. Investigaciones actuales acerca del uso de dichas frases, formulan que la expresión “Qué gay” aparece como parte del lenguaje coloquial entre jóvenes universitarios. El estudio del uso de esta frase nota una referencia de un sentido o valor secundario negativo frente a

hombres afeminados o con características contrarias a la masculinidad. Adicionalmente, el uso de expresiones como esta, fomenta un contexto hostil y agresivo para estudiantes LGBT que se identificarán y se verían afectados por el uso derogatorio de términos como “Qué gay,” frase que “se ha vuelto tan ubicua que ha sido descrita como "ruido de fondo tolerado de bajo nivel" en todos los entornos educativos, incluyendo la universidad (Woodford et al., 2013, p.2). Además, ha sido sobreexpuesta en el entorno universitario al punto de que su difusión es ignorada y aparece como poco importante o no hiriente. Como consecuencia, los que la perciben no se molestan en pensar en los mensajes violentos y negativos que recaen. Además, provoca que la palabra ‘gay’ sea evaluada como algo malo o un insulto.

Según Woodford, M. R., Howell, M. L., Kulick, A., & Silverschanz, P. (2013)

“En las entrevistas con los estudiantes universitarios auto-identificados como heterosexuales que admitieron involucrarse en conductas anti-homosexuales, los participantes indicaron que sólo expresaban sus opiniones de los hombres y mujeres homosexuales frente a otros que eran conocidos a sentir de manera similar; de otra forma, estaban preocupados de que podrían ‘ser criticados por sus opiniones, perder el respeto de sus amigos, y ofender a los demás’ (Jewel & Morrison, 2010).” (p.2)

Dentro de estos resultados por medio de entrevistas, se nota que la reputación o imagen aparece como fundamental en la percepción de los estudiantes en cuanto a ser valorados por los demás. En este caso, lo expresado acerca de personas de diversidades sexuales solo se reporta compartido dentro de una esfera que se limite a las mismas opiniones ya que si hubiesen contrastes, la imagen sería afectada como negativa y discriminatoria. Por lo tanto si menos personas están de acuerdo con estos comentarios sexistas, entonces más personas dejarán de utilizar este tipo de expresiones ya que les importará mucho más el “qué dirán” de los demás.

Continúan con la idea Woodford, M. R., Howell, M. L., Kulick, A., & Silverschanz, P. (2013)

“Es concebible que algunos encuestados podrían estar preocupados de que si dicen "qué gay", serían percibidas como heterosexistas y experimenten repercusiones negativas, por lo que pueden adaptar su uso del lenguaje en función del contexto social.”

Tomando en cuenta la importancia del contexto para dar uso o no de las expresiones derogatorias, usualmente las personas no quieren ofender a otros de acuerdo a lo que la imagen representa. Consecuentemente, si es que saben que un cierto grupo con características conocidas como sexualmente diversas, no dirán comentarios ofensivos frente a ellos. Por lo

tanto, se debería asumir que todos en el mismo entorno 'son gay' para evitar el uso ofensivo de estos términos.

De la mano de esto, el estudio resultó en repercusiones en la salud de los estudiantes ya que “encontraron asociaciones positivas entre escuchar "qué gay" y sentirse excluidos en el campus, la frecuencia de los dolores de cabeza, y la frecuencia de los problemas de estómago” (Woodford et al., 2012). Finalmente, hacer uso de lenguaje negativo con términos asociados a diversidades sexuales, puede no solo causar ansiedad y efectos en la salud en los estudiantes; sino que su ambiente de estudio puede ser seriamente afectado comprometiendo su capacidad para aprender y en consecuencia a ser menos exitosos en la vida.

4.2. Condicionantes adaptativos a cambios sociales.

Los autores Frieze, Parsons, Johnson, Ruble y Zellman (1978), hablan sobre cómo términos despectivos han sido utilizados por la sociedad para describir actitudes sexuales supuestamente inadecuadas de las mujeres, afirman que estos términos son cada vez menos utilizados debido a que los estándares de la sociedad se han vuelto más abiertos y cambiantes.

Los autores, de hecho evidencian:

“Mientras, en el pasado reciente, los términos evaluativos tales como "chica mala", 'promiscua', 'calientapollas', 'vagabunda' y 'amoral' fueron utilizados para describir el comportamiento sexual femenino considerado socialmente inaceptable, tales términos son cada vez menos comunes entretanto los estándares morales se vuelven cada vez más diversificados”(p.363)

De todas formas, este tipo de palabras y expresiones aún son parte del léxico diario de las sociedades machistas en el mundo, que crean estigmas sobre lo que es considerado inadecuado o inmoral en los comportamientos sexuales de las mujeres. Pero es claro que esta clase de palabras y estigmas se crean solo en torno a los comportamientos de las mujeres más no sobre el de los hombres limitando así los derechos de libertad sexual femeninos.

Como se detalla a continuación, ha surgido una nueva forma de percibir la sexualidad femenina: “Mientras que muchas mujeres continúan limitando el sexo para sus esposos y novios, muchas mujeres están involucradas en defender sus estándares morales personales de comportamientos sexuales. Tales normas se relacionan con frecuencia con la calidad de su relación total con los hombres, con el contingente de la intimidad sexual en un grado de intimidad en general satisfactoria” (Frieze, Parsons, Johnson, Ruble y Zellman, 1978, p.363). Este cambio en la búsqueda de entender y retratar sus propias necesidades sexuales, al mismo tiempo que obtienen satisfacción de las mismas; las mujeres, dentro de este contexto social, poseen mayor amplitud y menos prejuicios para ejercer su sexualidad. Estos nuevos estándares sociales liberales, aparecen como una transformación adaptativa en la sociedad que podría de cierta manera, restringir y disminuir el uso de microagresiones verbales. La razón se encuentra en el mismo hecho psicológico que define que las personas buscan la aceptación social; por lo cual, a través de este nuevo punto de vista acerca de la sexualidad femenina, el ser humano querrá ser parte de estas nuevas actitudes y prescindir de antiguos estereotipos de roles de género que derogan a lo femeninos.

MARCO TEÓRICO NACIONAL

Introducción marco teórico nacional

El género es una construcción social, lingüística y cultural que en la sociedad ecuatoriana crea distinciones marcadas desde el momento en el cual un niño o niña nace y lo califican, educan y programan a comportarse de tal o cual forma y a referirse respecto de los hombres o mujeres según estigmas y estereotipos; por consiguiente, se le enseña también a condenar, insultar y menospreciar a quienes no cumplan los roles asignados.

Para conocer el estado del tema y el uso de microagresiones en nuestro país el presente marco teórico ha sido dividido en 4 enfoques: psicológico y sociocultural, lingüístico y de tradición oral, legislativo y antropológico y etnográfico.

5. Enfoque lingüístico y tradición oral

La perpetuación de las ideas, las costumbres, las tradiciones y las vivencias se puede llevar a cabo mediante el uso de los recursos bajo los cuales, la cultura otorga influencia en una sociedad. Uno de estos recursos es el lenguaje y consigo todo el proceso comunicativo. “Como cualquier ejercicio de comunicación, la literatura oral transmite mensajes, en su caso, valiéndose por lo general de un lenguaje simbólico, metafórico, indirecto; unos mensajes que se filtran en nuestras mentes de una manera imperceptible”.(Hernández,2007,p.3) Al analizar el contenido del mensaje que se emite durante este proceso, se le puede determinar diferentes niveles que proporcionan una definición integral de la palabra o grupo de palabras dentro de una frase; estos niveles son: sintáctico, semántico y pragmático. Este último conforma un campo de estudio muy importante ya que relaciona al lenguaje y frases con el contexto específico y recoge las posibles razones de su existir. De hecho, “las piezas orales, textos o partes de un texto son analizables en cuanto a su pertinencia, debido a la necesidad de conocer bajo qué condiciones existen, lo que esconden, a qué grupos sociales responden, la ideología inmersa en ellos” (Váscones, 2014) Como consecuencia, el contexto en el cual se ejercen las frases determina si es que se modifican, cambian resaltan, permanecen o desaparecen, de acuerdo a la tarea e importancia social que desempeñan. (Váscones, 2014)

A partir del contexto como condicionante, se nota que “En varias zonas geográficas, por su diversidad cultural, étnica y lingüística, el idioma predominante no sólo goza de los orígenes que le corresponden, sino que la influencia de lenguas extranjeras o migrantes, sumado al nuevo lenguaje tecnológico” (Váscones, 2014) lo cual quiere decir, que la influencia cultural del lenguaje también produce frases híbridas en su significación y morfemas. Por lo tanto, de acuerdo a investigaciones realizadas en la ciudad de Quito acerca de las expresiones coloquiales más utilizadas, se determinan una clasificación lingüística pragmática como la siguiente: arcaísmos, climáticos, humorísticos, racistas, dichos diversos y generales, dichos por juego, quechuismos, juveniles y actuales. Dentro de todas estas categorías propuestas, es posible determinar aspectos de microagresión verbal de género; entre algunos de los dichos

conocidos se destacan: “Marido tienes (juego de 40)”, “Esa man es carishina”, “A buey viejo, pasto tierno”. (Váscones, 2014)

Para el último mencionado “A buey viejo, pasto tierno” es importante mencionar que la sociedad ecuatoriana se ha descrito como machista desde los principios de su conformación. Por medio de frases coloquiales como ésta, el hombre se celebra así mismo y a su ‘masculinidad’ demostrada a partir de la capacidad de enamoramiento y conquista, “sintiéndose orgulloso de sus ‘logros’ con el género opuesto” (Váscones, 2014) La posibilidad de virilidad por encima de la vejez del hombre se ve representada simbólicamente a través de su capacidad y potencial sexual para atraer a mujeres menores al mismo. Finalmente, la característica de ‘joven’ hacia la mujer, en este caso se retratará como un aspecto fundamental de la belleza y atractivo femenino; lo cual resulta antagónico con la vejez del hombre. En tal caso “implicaciones sociales de estas expresiones siendo evidenciados ciertos caracteres culturales como el machismo, el racismo y otros” (Váscones, 2014)

Existen frases y expresiones de uso cotidiano en el Ecuador que a pesar de aparentar tener el mismo contenido semántico para hombres como para mujeres, su significación varía dependiendo de a quién está dirigido

“Con seguridad todos/as ustedes habrán escuchado o incluso dicho expresiones como “andas como perro callejero” o “vives como perro sin dueño”, para referirse a aquellos hombres que gustan mucho de estar en la calle, salir solo, volver tarde o al otro día a su hogar..., o “qué perro que eres” para referirse a un hombre mujeriego, denotando así un comportamiento considerado, socialmente, un poco inapropiado, sobre todo si el sujeto en cuestión está casado”.(Hernández,2007, p.21)

Como Hernández manifiesta en la cita anterior referirse a un hombre como “perro” es algo ofensivo y se lo puede designar así si es mujeriego, pero este comportamiento es socialmente poco aceptado mayor y generalmente si es que el individuo es casado. En contraste con esto la misma palabra solo cambiada el género “perra” es considerada extremadamente agravante que según Hernández(2007):

“La expresión de “perra”, “zorra”, como calificativo que se asigna a mujeres (solteras, casadas, viudas, divorciadas, etc.) que han osado cuestionar la normativa social o que establecen relaciones sentimentales y/o sexuales no aceptadas socialmente; estas mujeres de forma inmediata son “elevadas” (¿o bajadas?) a la categoría de “promiscuas”, “licenciosas”, “libertinas”, “impuras”¹⁸”.(p.21)

La misma palabra usada para mujeres cambia considerablemente su significado y grado de agravio; a diferencia de “perro”, “perra” no solo se usa despectivamente para casadas que

tengan varias parejas, sino que puede ser aplicada para cualquier mujer y enseguida estas son categorizadas y desvalorizadas a impuras, promiscuas; evidenciando así el machismo presente en el lenguaje y las microagresiones verbales de género.

El idioma español es el idioma principal de Ecuador; sin embargo, debido a la diversidad cultural que posee, aún persisten otras lenguas más antiguas como lo es el Quichua. Los indígenas ecuatorianos conforman una gran parte de lo que constituye a la nación como tal y su lenguaje se ha difundido en medio de la dominación generalizada del idioma castellano desde la población mestiza. Especialmente en la región de la Sierra, el sustrato Quichua se incorpora y adapta al español; de forma que se integren las diferentes palabras, frases y modismos como una mezcla de ambos idiomas. Existen varias expresiones, y cada una corresponde a una explicación que define su traducción literal e interpretación contextual.

Como se había mencionado previamente, estas interpretaciones pueden poseer connotaciones discriminatorias en cuanto a la raza, género, situación económica, entre otros. Por lo que, forman parte del lenguaje como componente cultural para la perpetuación de creencias. Por ejemplo, “La mujer poco dada a las labores domésticas, infringe los códigos sociales y se dice que *es una carishina*, una condena por no llevar a cabo lo que se espera de su sexo, llevar a cabo actividades masculinas, pero con más frecuencia no tener talento o inclinación para las actividades del hogar que le corresponden.” (BOLAÑOS-FABRES, 2015) Para esto, podemos ver reflejado un sistema estereotipado en el cual las funciones de la mujer dentro de lo doméstico, conforman el estándar para valorar a la mujer.

Es evidente, la fusión cultural y las adaptaciones del lenguaje español con el quichua para transformarse en un conjunto híbrido, el cual es bien conocido y utilizado actualmente. Por este motivo, se manifiesta que “Aunque el quechua ecuatoriano no disfruta del prestigio del que goza el castellano, el influjo del sustrato quechua sirve de evidencia de la importancia de las culturas indígenas y del alcance que éstas tienen en el léxico ecuatoriano.” (BOLAÑOS-FABRES, 2015)

Consecuentemente, debido a la inclusión y apoyo a esta lengua indígena, muchos ecuatorianos pueden relacionar a su uso con “riqueza cultural, étnica y lingüística evidente en el caso de la fraseología ecuatoriana.” (BOLAÑOS-FABRES, 2015) lo cual claramente se puede manifestar; sin embargo, es importante recordar los significados y clasificación de ciertas frases y palabras como microagresiones verbales de género que se perpetúan en el uso coloquial del lenguaje.

6. Enfoque psicológico y socio-cultural

Las microagresiones verbales de género se crean a partir de patrones sociales y culturales al igual que los estereotipos sexistas y los estigmas machistas. Todo tipo de agresión y discriminación por pequeño que aparente ser, tiene un trasfondo psicológico fuerte y nocivo, tal vez algunas veces poco perceptible; a diferencia de la agresión física directa, pero con connotaciones agraviantes y replicaciones constantes de estereotipos que crean grandes efectos sociales.

El sexismo no considera los méritos de la persona de otro sexo, la menosprecia y discrimina a partir de actos violentos, bromas o simplemente aislándolo socialmente. Dentro de la sociedad ecuatoriana aún existen ideas estereotipadas, preconcebidas sobre el rol social, familiar y laboral de las mujeres; lo cual brinda espacio para el mantenimiento de la desvalorización, objetivación y sexualización de dicho grupo como algo cotidiano. Según Andrés Ortiz Lemos (2009) “En nuestra cultura hay un predominio del punto de vista androcéntrico, es decir, son los varones quienes están en una posición de dominio”. (p.53) manteniendo de esta forma la subordinación de la mujer y la perpetuación de estereotipos a través de distintas prácticas sociales.

Las desigualdades sociales en nuestro país son notorias y se manifiestan a través de la historia y la cotidianidad “amplios sectores de la sociedad siguen siendo excluidos, las brechas de desigualdades sociales (por razones entrelazadas de clase, género, etnia y otras) siguen creciendo”(Hernández,2010,p.17) y se mantienen porque no existe una sensibilización fuerte respecto a los temas discriminatorios lo cual conlleva el desconocimiento de todas las variantes que tienen la violencia y discriminación, dentro de estas variables se incluyen a las microagresiones.

Culturalmente el Ecuador es un país machista y muy influenciado por la iglesia católica, lo cual ha tenido como consecuencia su dominio sobre la mayoría de prácticas sociales que aún se llevan a cabo, estas prácticas engloban también la utilización del lenguaje, donde se dan comúnmente las microagresiones verbales.

“Cabe recalcar la gran influencia que ha tenido la religión católica en la producción cultural de nuestros pueblos, a partir de la época colonial. Tal incidencia es evidente en múltiples –si no en todas- las manifestaciones de la Cultura Popular como en sus fiestas, en sus prácticas médicas, en sus creencias, y, como no, en su tradición oral”.(Hernández,2007,p.27)

Ciertos actos individuales y colectivos como las creencias, frases coloquiales, refranes, insultos, prácticas habladas que son aceptadas socialmente y vistos como parte del día a día muchas veces tienen contenidos sexistas, machistas, androcéntricos y denigrantes hacia un grupo marginado específico. “Existen factores y relaciones sociales que -aunque aparentemente nada tienen que ver con la sexualidad- están incidiendo directamente en las percepciones y representaciones que cada grupo elabora sobre su sexualidad y sobre la sexualidad de los demás colectivos con quienes interactúa”(Hernández,2010).

Esto se recrea en diversos ámbitos de interacción social empezando con la familia como primer círculo en el cual el individuo interactúa y aprende mediante factores poco conscientes sobre sexualidad, género y discriminaciones a quienes no cumplan el patrón aprendido. Esto lo sustenta luego el ámbito educativo, amistoso, religioso, laboral e incluso en dinámicas de movilidad. El enfoque sexista promueve las diferencias de género y predetermina los roles de hombres y mujeres según el sexo al cual pertenecen biológicamente, mientras que por otro lado el enfoque de género según Rodas (2001) crea validez y reflexión sobre la igualdad de derechos, destruyen estereotipos y promueven una cosmovisión neutra libre de diferencias entre hombres y mujeres.

La microagresiones verbales de género se manifiestan en interacciones sociales y en la mayoría de ámbitos donde estas se dan, durante las interacciones se crean procesos en los cuales según Katty Hernández(2010) se manifiestan cuatro tipos de discursos hegemónicos. El primero, los símbolos culturales, normas y regulaciones sociales que determinan la significación de ser hombre o mujer y replican conceptos sexistas conflictivos. El segundo, las instituciones sociales tanto familiares, políticas, educativas y económicas que estandarizan y crean símbolos femeninos o masculinos dejando de lado y denigrando cualquier situación en la cual esto no se cumpla. El tercero, las identidades subjetivas, es decir, la percepción individual que tiene cada individuo de sí mismo, que a pesar de ser de carácter aparentemente personal es influenciado de manera social bajo estándares de lo correcto e incorrecto respecto a género, preferencia sexual, manera de verse, comportarse y vestir. El cuarto, simbolismo histórico y contextual, construido a través de la educación, contexto histórico de su origen y contexto de desenvolvimiento social actual.

La sexualidad como práctica y discurso se encuentra filtrada por estigmas y creencias individuales, regulaciones, patrones de conducta e interacciones socioculturales. Las microagresiones verbales de género son parte del discurso de sexualidad y roles de género en el cual la sociedad participa a diario; la poca conciencia respecto al impacto de estas prácticas sexistas como lo son las microagresiones permite que estas pasen por desapercibidas y se

vuelvan una práctica normalizada. “El impacto social de las microagresiones verbales es que al acostumbrarnos a escuchar estas frases o palabras las tomamos como si fueran parte de la vida natural, y como si no tuvieran ninguna parte nociva, lo cual crea insensibilidad”. (Costales, 2016)

Como explica Jaime Costales, experto en temas de psicología social, las microagresiones son una práctica tan común que los individuos y la sociedad son poco conscientes del uso de las mismas y al ser inmiscuidas en el inconsciente de manera sutil se hace difícil creer que estas pequeñas agresiones sean causantes de violencia psicológica. “La violencia psicológica se ejerce con frases naturalizadas como las microagresiones”(Alcivar,2016). Las microagresiones al ser prácticas invisibles y naturalizadas crean una capa de humo a la verdadera problemática que conlleva detrás y del impacto que estas generan a nivel tanto individual como social. Es una práctica social muy común y aceptada en distintos ámbitos, según Nelsy Lizarazo (2016) las microagresiones son tan comunes que se pueden dar en cualquier ámbito social ya sea éste educativo, laboral, familiar y no depende de la condición social, económica, de género o incluso edad de la persona que imparte o recibe esta agresión.

Sin embargo, las microagresiones al ser tan invisibles a nivel individual y social aparentan carecer de un impacto psicológico en la persona afectada. Alcívar (2016) cuenta cual es el verdadero impacto de las microagresiones verbales de género:

“El impacto psicológico de las microagresiones es muy fuerte ya que a través de frases, expresiones naturalizadas se puede hacer la vida de las mujeres víctimas de estas agresiones realmente sufriente, dependiente y sobretodo se pueden crear réplicas generacionales que perpetúan estereotipos y crean un círculos de violencia mucho más grandes de lo que podemos percibir”.(Alcívar, 2016)

Así como dice Alcívar el impacto psicológico de las microagresiones es muy fuerte, incluso puede generar una vida sufriente para la víctima, y a nivel social las microagresiones verbales de género crean perpetuaciones de estereotipos sexistas razón por la cual es importante sensibilizar a la sociedad sobre este tema para crear conciencia y mostrar que las microagresiones son también un tipo de violencia contra la mujer.

7. Enfoque etnográfico y antropológico

En el Ecuador, el estudio de las masculinidades son observadas a través de las acciones y experiencias que moldean su descripción como tal. Esto se ha llevado a cabo por medio de investigaciones etnográficas que utilizan a la observación de campo como herramienta para recolección de datos e interpretación a través de la teoría antropológica. Bajo este esquema, se realizó una investigación que anotaba todos los aspectos que influyen en la construcción de las masculinidades dentro de las familias de clase media ecuatorianas. Uno de los primeros aspectos es el valor que posee el hecho de tener honor como un hombre que adscribe a sí mismo los comportamientos sexuales de las mujeres como parte fundamental de cuidado y responsabilidad que el posee; sin embargo, su propio comportamiento sexual no afecta su honor, solo el de ellas. En cuanto a esto se dice que “los hombres, en tanto asociados al mundo exterior, se consideran responsables por la pureza sexual de sus mujeres (madre, esposa, hijas y hermanas) porque en ello estriba la esencia de su honor moral, y el honor moral es la esencia del honor porque está conectado con lo sagrado.” (Troya, 2001, p.84) Y en tal caso, la reputación que él posee como hombre es parte del valor que se tiene a sí mismo como persona y la percepción de los demás hacia él.

Según estas investigaciones, uno de las atribuciones más trascendentales que posee el hombre es la relación casi “natural” con el poder de decisión y mando sobre su propia vida y la de sus dependientes. Por esta razón, “se puede apreciar de forma clara que un elemento clave acerca de cómo se construye la identidad reside en esta posibilidad que los hombres tienen en mucho mayor grado que las mujeres, esa libertad de accionar” (Troya, 2001, p.85) En tal caso, la masculinidad también refleja esa superioridad en el poder hegemónico que lo coloca jerárquicamente por encima de lo femenino, y en específico a la mujer.

Sin embargo, en medio de las entrevistas, observaciones y demás estudios etnográficos, es posible determinar que existe un elemento discursivo y uno de acción; los cuales no se encuentran adheridos el uno al otro, necesariamente. De acuerdo a esta doble perspectiva, se identifican una doble clase de masculinidades; “la primera, que denominada cómplice más que propiamente hegemónica, en la que hay un reconocimiento, en el ámbito discursivo, de la igualdad entre hombres y mujeres y de las posibilidades de hacer las mismas cosas, pero que no se refleja sino débilmente en las prácticas.” (Troya, 2001, p.85)

Por ejemplo, se reconoce todo el movimiento moderno que habilita a las mujeres de mayores posibilidades que hace cientos de años; además, se menciona aspectos de equidad mayormente conocidos en la actualidad. Sin embargo, el concepto probablemente no se

encuentra del todo explicado de manera que este pueda aplicarse en la vida cotidiana y a nivel personal. En tal caso, existe una cierta bipolaridad que puede llegar a ser contradictoria en la manera de actuar y pensar de los sujetos estudiados. Uno de los entrevistados comenta acerca del hecho de que las mujeres jueguen o no fútbol igual que los hombres, para lo cual su respuesta fue: “No estoy de acuerdo... y no es que tenga una postura machista, no me considero machista, pero en este tipo de cosas quizás aparezca como un machista. Yo creo que sí deben haber las diferencias entre el hombre y la mujer; de lo poco que entiendo del feminismo parecen decir que las mujeres tienen que hacer lo mismo que los hombres” (Troya, 2001, p.87) Evidentemente existe una gran muralla entre lo que se entiende por machismo, sus acciones como objetos de microviolencia, frente a lo que se está acostumbrado a proceder en las vidas de cada uno de estos individuos estudiados.

Como resumen, se puede sugerir que el concepto de masculinidad se reitera a través de las acciones en las cuales lo femenino es minimizado o puesto en segundo lugar. Por otro lado, algunas de las costumbres y tradiciones festivas del Ecuador nos permiten abordar una serie de temáticas de interés en cuanto a los estudios de género en este país. Uno de los espectáculos más esperados del año resulta ser el último día del mismo y el festejo por motivo de despedida del año viejo junto con su viuda que pide caridad para su “viejito” En medio de esta tan conocida tradición, pueden resultar varios aspectos que han permitido pensar en las categorías y ordenes sexuales que prevalecen el país.

Para esta investigación, se observó a un grupo de jóvenes de clase media baja en el proceso de convertirse en viudas, protagonizar su show y volver a su imagen inicial. Contando con la presencia del joven que se iba a disfrazar de viuda, los amigos del mismo quienes le provocan en un tinte de broma diciéndole que baile como una mujer lo haría. En tanto que él, “empieza a bambolear sus caderas de un lado a otro y con su mano derecha realiza ademanes para acomodarse el cabello, ¡así,! ¡así,! Mamita rica ¡dame! ¡dame! ¡Dicen todos en coro y ríen!” (Narváez, 2010, p. 44) Adicionalmente, sus expresiones y bromas aumentan a lo largo de la noche y sus amigos se acercan para decirle como debe comportarse: “se acercan a sus amigos y los abrazan, tratan de besarlos a lo que se resisten, todo esto en medio de risas, carcajadas y comentarios: ¡Muévete muñequita!, ¡Pareces una loba!, ¡Eres una perra!” (Narváez, 2010, p.45)

El lenguaje y vocabulario utilizado tradicionalmente utilizado para una mujer, ha sido otorgado a esta imagen travesti para proporcionar un aspecto de jocosidad y burla de lo que

representa (femenino, una mujer) En este sentido, sería útil comparar al caso de utilizar estos nombres hacia una mujer vestida de la misma manera y maquillada de la misma forma; bajo este caso, la burla probablemente no desaparezca pero se agrega un sentido de ofensa o minimización; opuesto a esta noche de la viuda a quien se le proporciona estos nombres y expresiones para animarlo. Adicionalmente puede existir una cierta admiración provocada por otros hombres quienes podría llegar a valorar a la masculinidad de este hombre a través de este performance de transformarse en mujer por una noche y por diversión. “En el espacio del travestismo de las viudas como la dicha por Pedro: ‘solo los bien hombres nos disfrazados de viudas’ que a más de reforzar su hombría detenta también poder y advertencias a quienes lo escuchan” (Narváez, 2010, p. 46) la advertencia impartida puede tener que ver con la necesidad de rectificar los aspectos de masculinidad el ser hombre que pueden afectar a la identidad individual de uno de los jóvenes que participe como viuda. A este proceso de aceptación y búsqueda de inclusión y aprobación de un hombre ante otros hombres se conoce como homosociabilidad en cual comprende a “las relaciones sociales que se dan entre personas del mismo sexo, en este caso hombres, donde pueden reafirmar sus identidades de género.” (Narváez, 2010, p. 58)

Este temor a no poder probar su identidad como hombre, puede causar una desestabilidad en cuanto al sinnúmero de bromas que se imparten hacia el joven viuda: “Héctor responde a la broma ‘ni pareces hombre’, resaltando su hegemonía masculina al mencionar ‘como eres mi marido’ dejando en claro que no está dispuesto a ser sometido o feminizado incluso en el contexto de las bromas.” (Narváez, 2010, p.46) Aún siendo hombres, el temor o desprecio hacia lo femenino es lo que conforma a estas prácticas como aún sesgadas debido a la violencia casi imperceptible como una microagresión simbólica que se burla de lo que es femenino y lo feminizado. Esto se puede comentar en cuanto a que la viuda como personaje de la cultura popular así como símbolo de diferenciación sexo-genérica “No se trata simplemente de parecerse a una mujer sino que se exageran las proporciones de las partes del cuerpo femenino que son consideradas de atracción sexual” (Narváez, 2010, p.50).

Mediante un enfoque mucho más específico en cuanto a los roles de género de hombres y mujeres se puede evidenciar que en el Ecuador, “Se espera de los varones la iniciación sexual temprana, el control sobre la sexualidad femenina, la realización de proezas sexuales, la conquista de múltiples parejas y e estar siempre dispuesto a tener relaciones sexuales.” (Viteri, 2014, p. 69) Como opuesto a la prueba de virilidad descrita , para las mujeres, “las normas de

género incluyen la ‘inocencia’ sexual, la ignorancia, la inexperiencia, la pasividad, la reproducción, la sumisión y la dedicación al cuidado de la familia y el hogar.” (Viteri, 2014, p. 69) Este puede ser un punto de partida muy interesante que nos permite entender el por qué de la perpetuación del uso de lenguaje derogatorio sexista.

Algunos de los aspectos que permanecen, empiezan a ser impregnados en la mujer desde antes que llegue al mundo como parte la cultura, las costumbres, el orden social que moldea un pre discurso al ser mujer que le otorga “un aparente destino manifiesto repleto de organizaciones de esta vida: desde el color que vestirá, símbolos de distinción como juguetes, aretes, ropa, formas de caminar, hablar, profesiones, desigual acceso a educación, salud, entretenimiento, espacio público, seguridad.” (Viteri, 2014, p. 69) Y estas estructuras se van formando a partir de las influencias y estereotipos que se construyen del exterior y de las experiencias personales con este exterior. De hecho, “continuamos escuchando públicamente en medios de comunicación comentarios devaluantes su gestión basados en visiones estereotipadas de ese ‘ser niña’, ‘ser mujer’” (Viteri, 2014, p. 73) Esto a pesar de que es importante reconocer los cambios en cuanto al acceso de la mujer a una sociedad sin prejuicios que la dañen o lastimen.

En cuanto a la violencia verbal, se ha tomado en cuenta investigaciones que abarcan el acoso verbal en las calles de Quito. Para lo cual, la autora manifiesta que “no interesa el tipo de palabras utilizadas tanto ‘reinita’ como ‘estás para darte’ es ofensivo e innecesario y no deben entenderse como parte ‘natural’ del transitar en el espacio público” (Viteri, 2014, p. 76) Se concibe que existe una preconcepción que habilita a la mujer para ser violentada en cualquier aspecto, “la condición de ‘ser niña’ (o ser leída como tal), que habilita dicha violencia simbólica, verbal, física que marca una diferencia trascendental al habitar el espacio público pues no ocurre a la inversa.” (Viteri, 2014, p. 76)

Se abarca los problemas entorno a la percepción estereotipada de los roles de género de las mujeres frente a una sociedad violenta y prejuiciosa “uno de los problemas más importantes a resolver en nuestro país- es un termómetro de la carencia del ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos de las niñas y adolescentes como también de patrones culturales que naturaliza la violencia estructural que toma forma de abuso sexual y violencia de género” (Viteri, 2014, p. 76) para esto se coloca a la mujer como un objeto de valoración según su corporalidad y los estándares que la validan como mujer dentro del contexto en el que se encuentre: “la mirada del hombre en el cuerpo de la mujer que deviene en un tipo de aprobación de ‘ser mujer’

(femenina conforme los estándares de dicha comunidad, por tanto deseable)” (Viteri, 2014, p. 76)

Finalmente se puede relacionar a algunas de las frases y expresiones derogatorias, clasificadas como microagresiones verbales de género con la falta de autonomía de lo femenino en cuanto a esto, según Viteri:

“Las bajas frecuencias de respuestas que implican tomas de decisión autónomas de las niñas y adolescentes que responden a sus propios deseos sexuales, el silencio concerniente al placer sexual femenino, la manifestación explícita o implícita de la voluntad para acceder a la solicitud de las necesidades sexuales del otro amado, el temor a las consecuencias negativas del rechazo, el tiempo de espera para la iniciación fijado por el miembro masculino de la pareja y finalmente aceptado por la mujer, todo ello apunta a las persistentes asimetrías de género en el contexto de las relaciones íntimas” (Viteri, 2014, p. 82)

8. Enfoque legislativo

Las leyes amparan los derechos de mujeres y las protegen de distintos tipos de discriminación y violencia que se ejerce contra ellas; este enfoque pretende determinar si es que las microagresiones se encuentran o no valoradas dentro de algún tipo de agresión, violencia o discriminación de género dentro de las vigentes leyes, estatutos y planes de protección de los derechos de las mujeres vigentes en el país.

La discriminación está definida según el Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas creado por el Gobierno Nacional de la Nación en el 2011 como “separación o distinción efectuada entre una cosa y otra” o al trato diferente “en contra de una persona, basada en un grupo racial, sexual, religioso, de edad, etc. y no en las cualidades individuales de la misma”(p.18-19). Este mismo plan crea una clasificación de discriminaciones : directas e indirectas.

La discriminación directa es evidente y notoria es aquella que segrega a un grupo minoritario por su género, raza y preferencia sexual de forma clara. Según el Gobierno Nacional de la República del Ecuador la discriminación directa por razón de género/sexo es “la situación en que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos favorable que otra situación comparable”(p.19).

Evidentemente dentro de este tipo de discriminación no se encuentran amparadas las microagresiones de ningún tipo.

Por otro lado, la discriminación indirecta es aquella que ataca a un grupo minoritario de manera poco evidente y disfrazada. “Se considera discriminación indirecta por razón de sexo la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro.”(Gobierno del Ecuador,2011,p.19) Dentro de este tipo de discriminación si se encuentran incluidas las microagresiones ya que son prácticas neutras que crean discriminación de manera camuflada y poco notoria.

El Gobierno Nacional y la UNICEF Ecuador proponen leyes, estrategias y planes para evitar la violencia de género en todas sus formas, garantizar el cumplimiento de los derechos de la mujer, eliminar estereotipos sexistas, etc. A continuación se citaran algunas de estas normas, estrategias y planes para analizarlos posteriormente y deducir si se incluyen a las microagresiones dentro de estos.

La UNICEF Ecuador mediante su ‘Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer’ en su Artículo 5.C manifiesta lo siguiente: “La eliminación de todo concepto estereotipado de los papeles masculino y femenino en todos los niveles y en todas las formas de enseñanza”.(Unicef,1979,p.17) Este artículo pretende eliminar la generación de estereotipos sexistas en la enseñanza tanto familiar como académica y así permitir que los niños crezcan con mentalidades libres de estigmas sexistas o machistas que les permitan denigrar a personas de otro género. Dentro del Artículo 5.C si se pueden incluir las microagresiones verbales de género ya que son causantes de perpetuaciones de estereotipos y también se aprenden.

Por otro lado dentro del Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas, vigente actualmente, se crea una línea estratégica (línea estratégica número 6) interesante que propone la eliminación de cualquier tipo de violencia de género, acosos dentro de cualquier ámbito (social, escolar, académico, empresarial, doméstico y en dinámicas de movilidad y zonas de conflicto) y garantizar la autonomía física, emocional y social de las mujeres. Misma estrategia promueve el cumplimiento de los derechos de las mujeres (Gobierno del Ecuador,2011,p.49). En adición, esta línea estratégica propone 5 sub-puntos a realizarse dentro del Ecuador, pero a continuación citaremos los más relevantes respecto al tema de microagresiones verbales de género.

“Cambio de patrones socioculturales para la transformación del imaginario social y las prácticas que naturalizan la violencia de género y el racismo de género a través de procesos

de sensibilización e información que muestren la discriminación como sustento de relaciones desiguales y violentas entre hombres y mujeres en todo su ciclo de vida.”(Gobierno del Ecuador,2011,p.49)

Esta propuesta de la línea estratégica 6 propone eliminar patrones sociales y culturales que mantengan imaginarios sociales sexistas y sensibilizar a la sociedad respecto a estos temas para erradicar desigualdades de género. Dentro de este punto se encuentran valoradas las microagresiones de género ya que son un patrón sociocultural que replica estereotipos de género; sin embargo notamos que no existen procesos de sensibilización respecto a este tema.

“Sistema de protección integral que garantice la ampliación y el fortalecimiento de los servicios de prevención y atención de la violencia de género, la protección y restitución de los derechos de las víctimas, incluyendo acoso y abuso político, la trata y el tráfico que afectan a mujeres y niñas y los servicios articulados de salud, educación, protección y presupuestos estatales, permanentes y oportunos.” (Gobierno del Ecuador,2011,p.49)

Dentro de esta propuesta por otro lado se pretende garantizar la prevención y atención de la violencia de género. Al proponer prevención se puede incluir las microagresiones verbales de género ya que previniendo sobre las consecuencias de su uso se evitarían grandes impactos violentos que estas producen.

Como se ha podido analizar, dentro de las normas y leyes de protección, contra la violencia de género y cumplimiento de los derechos de las mujeres si se encuentran incluidos los tipos de discriminación indirecta donde las microagresiones verbales de género vienen siendo parte. Sin embargo, aunque se encuentra propuesta en una de las estrategias la sensibilización respecto a estos temas para la sociedad es notable que no existe la concienciación, ni tampoco existe un conocimiento de los estatutos antes citados por parte de los ecuatorianos.

INVESTIGACIÓN NACIONAL

Objetivos

Objetivo General.

Conocer de manera integral cuáles son las dinámicas sociales, usos, valoraciones, afectaciones e impacto sociocultural, legislativo, lingüístico y antropológico de las microagresiones verbales de género en el Ecuador.

Objetivos específicos.

- Obtener datos cuantitativos y cualitativos respecto al empleo y frecuencia de uso de las microagresiones verbales de género en nuestro entorno.
- Realizar investigaciones de campo, encuestas, entrevistas y focus groups suficientemente relevantes para obtener un contexto socio-cultural de las microagresiones verbales de género en el Ecuador.
- Determinar cuáles son las frases, palabras, expresiones derogatorias, insultos y microinsultos de mayor uso en el Ecuador.
- Conocer si existen o no leyes que amparen a las mujeres de las microagresiones verbales de género.
- Establecer cuál es la manera más factible para sensibilizar a la sociedad respecto al tema y crear una dirección estratégica para la futura campaña.

Marco Metodológico

Al ser nuestro tema de carácter social hemos decidido llevar a cabo varios tipos de investigación para obtener resultados tanto cuantitativos como cualitativos respecto a las microagresiones verbales de género. Hemos realizado encuestas a 120 personas 60 hombres y 60 mujeres; un focus group con 3 hombres y 3 mujeres, 4 entrevistas a expertos y 2 observaciones de campo.

Observaciones de campo

Las microagresiones verbales de género son frases, palabras y expresiones de uso diario, por lo general muy poco consciente en la sociedad, por esta razón decidimos llevar a cabo 2 observaciones de campo en lugares de alta concurrencia y distintas partes de la ciudad para determinar qué microagresiones verbales se dan con mayor frecuencia en nuestro entorno. Escogimos a la Universidad San Francisco de Quito y al Parque de la Carolina como nuestros campos de observación.

En la Universidad San Francisco de Quito realizamos el estudio durante los días 6 y 7 de octubre del 2016. Nos ubicamos en sitios de gran concurrencia y en horas estratégicas (12h00-14h00) para poder escuchar y observar las interacciones que los jóvenes de la USFQ realizan a diario y determinar cuales son las microagresiones más frecuentes dentro de esta institución.

Durante el primer día de estudio, jueves 6 de octubre, nos ubicamos en los leones en el horario antes mencionado, allí pudimos notar que suelen encontrarse muchos jóvenes de la USFQ para ir a comer con sus amigos o realizar trabajos en grupo. Durante este día las microagresiones que escuchamos con mayor frecuencia fueron: “¡Qué gay!”, “Ese tipo se viste como mujer”, “¡Deja de ser nena!”, “¡Hola perra!” (dicho de un chico a otro chico); entre las más destacables. Algo curioso que pudimos notar durante este día de investigación es que los hombres eran quienes hacían mayor uso de expresiones derogatorias usando la palabra “gay” y su manera de saludar a sus amigos a manera de burla incluían las palabras “perra”, “puta” y solo una vez durante nuestra observación “puto”.

Durante nuestro segundo día de investigación de campo en la USFQ nos ubicamos de 13h00 a 14h15 en la laguna con el fin de escuchar nuevas microagresiones o determinar la reincidencia de los términos escuchados el día anterior. Una de las expresiones que se repitió varias veces fue “¡Qué nena!”; términos nuevos que pudimos escuchar ese día fueron “maricón”, “buenota la man”, “puta”. Una conversación que escuchamos y creemos importante resaltar es la que mantenían un grupo de 4 chicas sentadas en grupo en la laguna; ellas hablaban sobre otra chica que según lo que escuchamos les caía mal razón por la cual la calificaron varias veces con las siguientes palabras y expresiones derogatorias: “la man es una perra”, “cómo se va a meter con esa zorra?” (hablando de un amigo de ellas que estaba con la chica de quien hablaban), “parece que siempre está en sus días” (haciendo referencia a su carácter).

Por otro lado realizamos nuestro estudio de campo en el parque de la Carolina ,el día sábado 15 de octubre de 11h00 a 13h00. Este ámbito nos pareció relevante para nuestra investigación ya que al ser un ambiente más familiar y de juego pudimos determinar datos relevantes para nuestra investigación.

Las microagresiones que escuchamos este día son: “machita”, “marimacho”, “pateas como niña”, “bien mujercita”, “¡Pórtate como varón!”, “¡Patea duro! ¡Como hombre!”, “carishina”. Todas estas frases se dieron en ámbitos familiares y las referentes a patear mientras jugaban fútbol. La palabra “machita” fue utilizada cuando una niña al jugar con su mascota se cayó y su madre le decía que no llore, que se porte “machita”. Por otro lado, “¡Patea duro! ¡Como hombre!” fue una frase que le dijo un padre a su hijo de unos 6 años mientras le enseñaba a jugar fútbol en una cancha.

Mientras tanto, la expresión “bien mujercita”, la escuchamos durante una conversación de 2 señoras cuando una le comentaba a la otra que su hijo se había casado recientemente y afortunadamente la esposa “le había tocado bien mujercita” porque lava, plancha, cocina y no es ninguna “carishina”.

Interpretación de los datos: Observación de campo.

Según los datos determinados a través de las dos observaciones de campo realizadas podemos deducir que el uso de las microagresiones verbales de género es algo naturalizado en nuestro medio, la sociedad es poco consciente de su efecto, razón por la cual se crean réplicas constantes en el día a día, por lo que, estas expresiones y frases son vistas como algo común y normal.

Tanto en la USFQ como en el Parque de la Carolina se escucharon un número significativo de expresiones derogatorias y sexistas lo cual nos permite determinar que el uso de microagresiones no está influenciado por edad, sexo o nivel socio-económico, sino que más bien es una práctica común y vuelta invisible para la sociedad quiteña.

Encuesta

La encuesta (Anexo A) consta de 12 preguntas, 9 cerradas y 3 abiertas. Primero, consta de 3 preguntas introductorias que son: edad, género y sector de residencia; con el fin de saber hacia dónde dirigir nuestra campaña a futuro. Nuestra primera pregunta referente al tema es: “¿Alguna vez te has sentido afectado o herido por comentarios aparentemente sin importancia

referentes a tu género?”, mediante esta pregunta pretendemos determinar qué cantidad de la población encuestada cree que ha sido víctima de microagresiones verbales de género. La siguiente pregunta es: “¿En qué ámbito has experimentado este tipo de comentarios o microagresiones verbales de género?” (respecto a la pregunta 1); así queremos conocer cuál es el lugar o situación en la cual las microagresiones, según nuestros encuestados, se dan con mayor frecuencia.

Consiguientemente, la pregunta 3 y 4 son preguntas abiertas que plantean lo siguiente cada una: “¿Cómo crees que debe verse, vestirse y actuar una mujer?” y “¿Cómo crees que debe verse, vestirse y actuar un hombre?”; a través de estas preguntas se espera conseguir insights de los encuestados respecto a construcción y perpetuación de estereotipos de género. En la pregunta 5 “¿Alguna vez has usado un insulto, frase o expresión derogatoria que sea sexista?”, con opciones de sí y no, esperamos que los encuestados nos cuenten su experiencia personal con microagresiones y si hacen uso consciente de estas. La pregunta 6 es “¿Qué frase o expresión derogatoria utilizaste?” y deben responder sólo las personas que en la pregunta 5 dijeron que han hecho uso de estas palabras. Por otro lado, la pregunta 7: “¿En qué ámbitos utilizas este tipo de expresiones, comentarios o microagresiones verbales de género?” nos ayuda a determinar en qué situación suelen usarse las microagresiones verbales de género.

La pregunta 8 es la más extensa de toda la encuesta y consiste en determinar en una escala del 1 al 10 qué tan ofensiva o agravante son ciertas expresiones de uso diario y consta de 11 sub-opciones con las siguientes frases y palabras (las cuales determinamos luego de la observación de campo) : ¡Qué gay!, Marica o maricón, Machita (a una mujer cuando siente algún dolor físico o emocional), Marimacho, Carishina, Calientahuevos, Perra, Pateas/pegas/lloras como niña (dicho a un niño), Puta y Puto. Según los resultados podemos conocer qué frase se considera más agresiva que otra desde la perspectiva de los encuestados.

En base a las opciones de la pregunta 10 la pregunta 11 y 12 dicen lo siguiente: “De las siguientes frases selecciona las que ESCUCHAS/USAS con mayor frecuencia”, escuchas y usas respectivamente, y agregando la opción ninguno y otro en cada pregunta; de esta manera podemos obtener datos cuantitativos respecto a cuáles de estas frases y expresiones derogatorias se usan y escuchan con mayor frecuencia según la población encuestada. En adición, la pregunta 13 (después de que a través de las observaciones de campo determinamos que uno de los insultos más frecuentados era “puta”) formula la siguiente pregunta: “En cuál de las siguientes ocasiones describirías a una mujer como *puta*”, dando como opciones las siguientes: Por cómo se maquilla, Por qué simplemente te cae mal, Por su manera de vestir, Por su manera de bailar en una fiesta, Por qué ha tenido o tiene muchos novios, Por su forma

de relacionarse con los hombres, Otro y Ninguno. Mediante la pregunta 13 determinaremos cual es el concepto que tienen nuestros encuestados de la palabra “puta” y por qué razón la emplearían.

La pregunta 14 propone lo siguiente: “¿Estarías dispuest@ a cambiar o fomentar un cambio en cuanto al uso de insultos, frases o expresiones derogatorias?” y la 15 “¿Por qué?” (respecto a la pregunta 14). A través estas dos preguntas podemos concluir si es que la población encuestada estaría dispuesta a crear un cambio y consciencia respecto a las microagresiones verbales de género y por qué es importante o no éste cambio.

Interpretación de los datos: Encuesta (ANEXO A).

Resultados Generales:

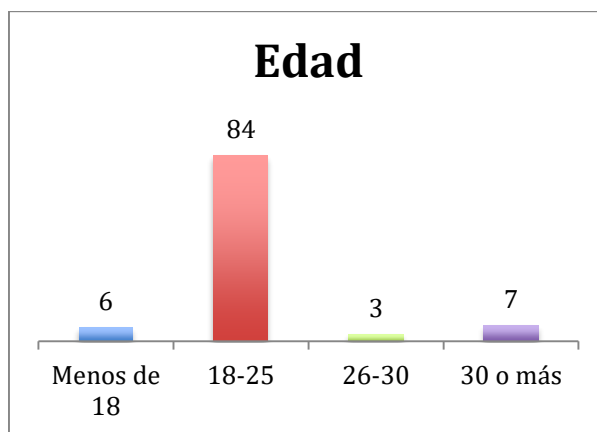


Figura 1, Edad Resultados Generales

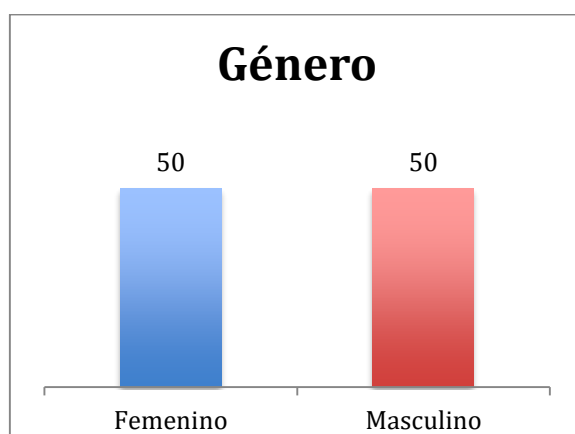


Figura 2, Género Resultados Generales

En los rangos de edad desde los 18 a los 25 años, existe un 84% de personas encuestadas, mientras que el restante 16% se divide en las siguientes categorías, conformando un 3% el rango de 26 a 30 años.

Por otro lado, el género de los encuestados, como se había detallado previamente, 50% existe para femenino y la misma cantidad porcentual para masculino.

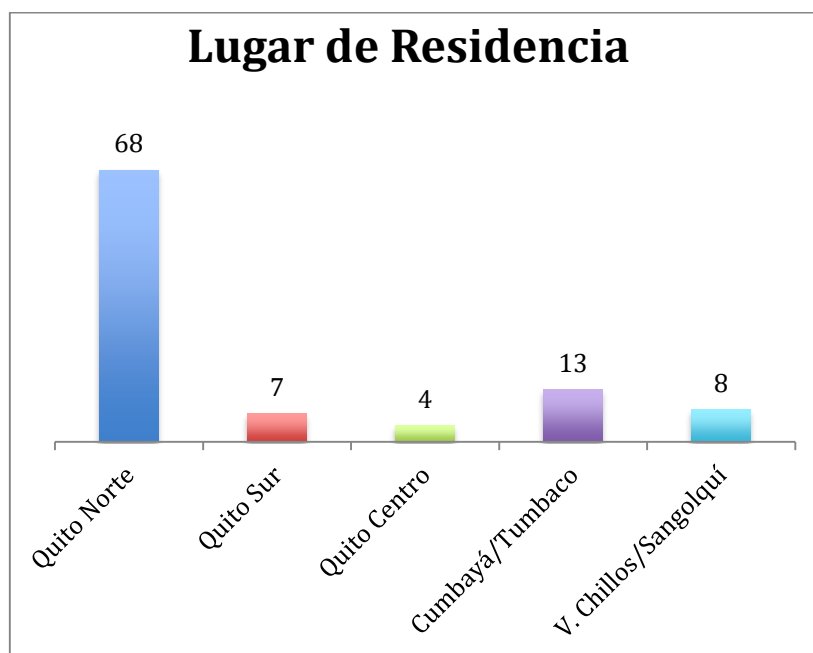


Figura 3 , Lugar de residencia Resultados Generales

En cuanto al lugar de residencia, la mayor concentración porcentual se encuentra en el sector de Quito Norte. Un menor porcentaje correspondiente al 32% se divide entre Quito Sur y Valles.

Posteriormente, las preguntas que competen a temas de microagresiones verbales de género y todas sus causas y motivos.

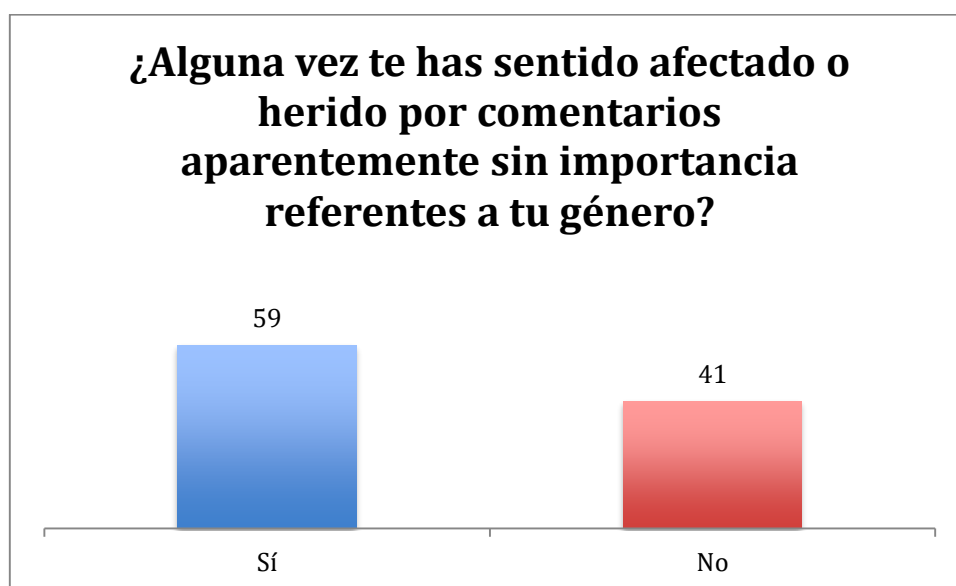


Figura 4, Pregunta 1 Resultados Generales

El 59% demuestra que sí ha sido afectado por frases o comentarios que consideren, según su criterio, connotaciones negativas aunque parezcan imperceptibles en el lenguaje coloquial. El 41% considera que no ha sido afectado; sin embargo, se puede visualizar una bipolarización de esta percepción, lo cual próximamente se podría entender a partir de la diferenciación de géneros.

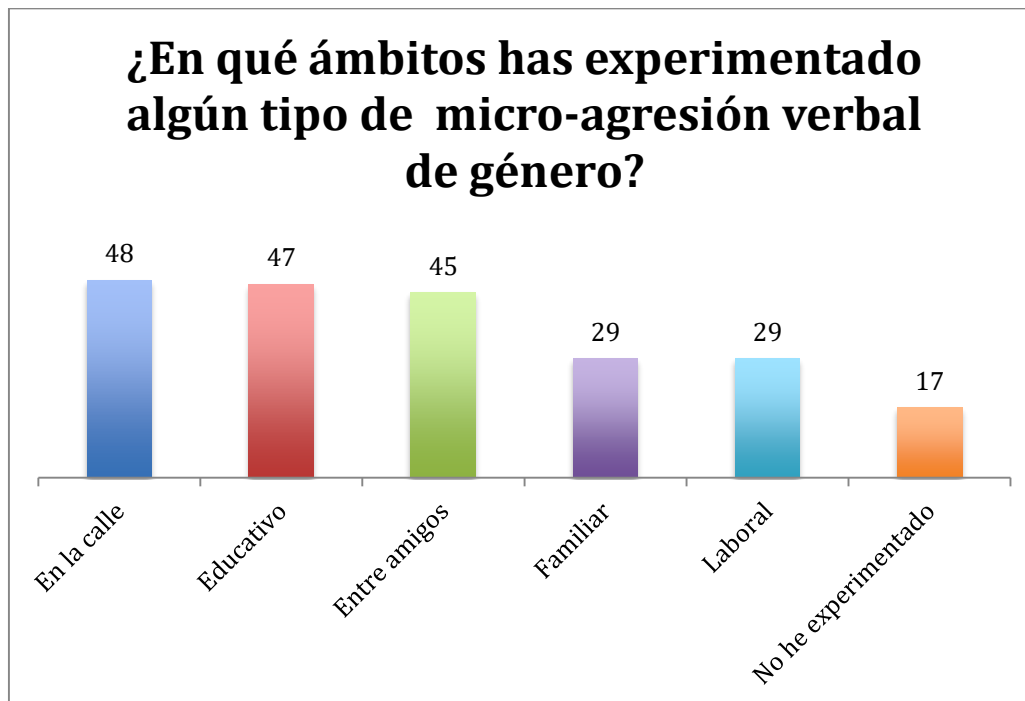


Figura 5, Pregunta 2 Resultados Generales

Casi la mitad de la muestra, el 48%, 47%, 45%, señala que los ámbitos en los cuales experimenta microagresiones verbales son respectivamente a estos porcentajes: en la calle, en el ámbito educativo y entre amigos. Por otro lado hay una menor percepción de experimentación de Microagresiones Verbales de Género (MVG) en el ámbito familiar 29%, laboral 29% o que no haya experimentado estas agresiones el 17%. Cabe resaltar que los ámbitos pueden repetirse y variar en la combinación de varios de ellos al mismo tiempo.

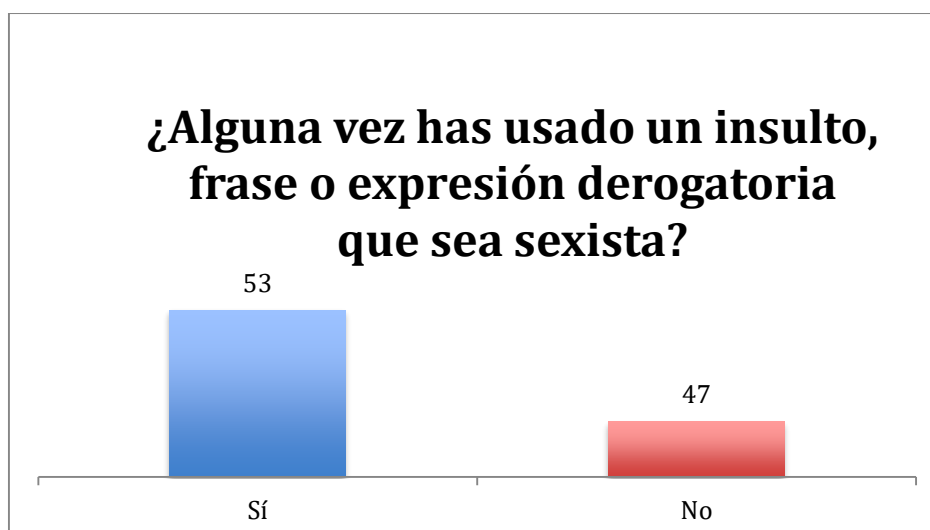


Figura 6, Pregunta 5 Resultados Generales

Se puede notar una bipolarización de las respuesta, ya que en este caso surgen porcentajes mínimos de separación, entre las dos opciones: 6%. Esto se manifiesta debido a que el 53% dice que sí ha utilizado algún insulto, frase o expresión derogatoria; mientras que el 47%, dice que no.

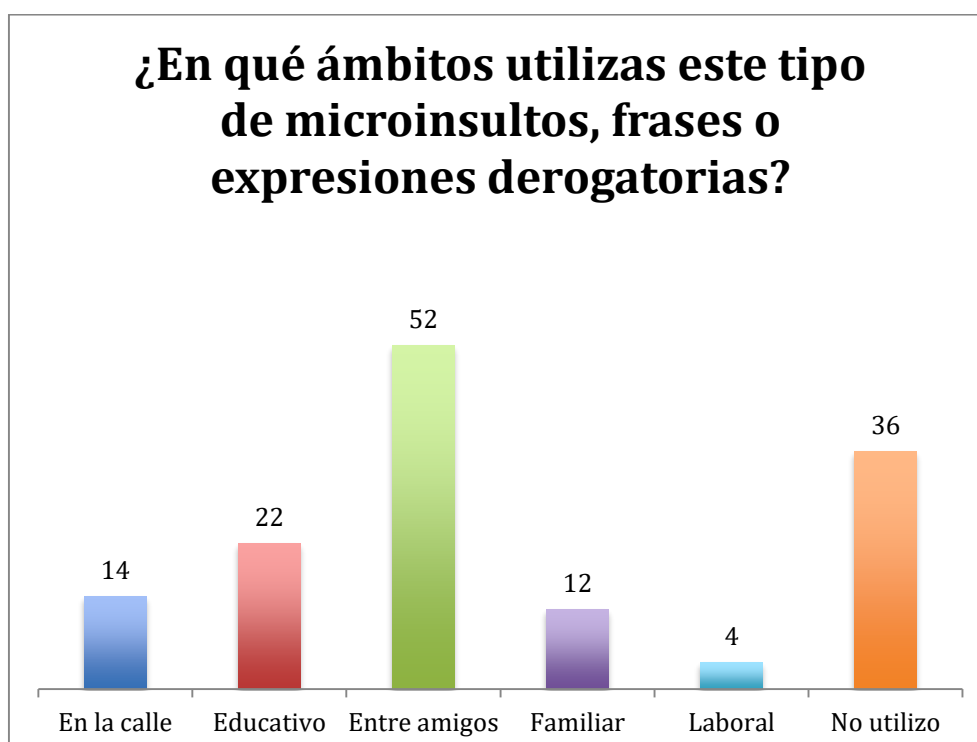


Figura 7, Pregunta 7 Resultados Generales

Se resaltan a las circunstancias entre amigos las cuales se presentan como los ámbitos de mayor impacto en el uso de microinsultos, frases o expresiones derogatorias. Le sigue los que dicen no utilizar este tipo

de expresiones con un 36%, en el ámbito educativo 22%, en la calle 14%, familiar 12% y finalmente en el ámbito laboral con 4%.

- Para el siguiente grupo de preguntas, se solicitó calificar a cada frase o expresión según su nivel y grado de ofensa o ausencia de ofensa por completo

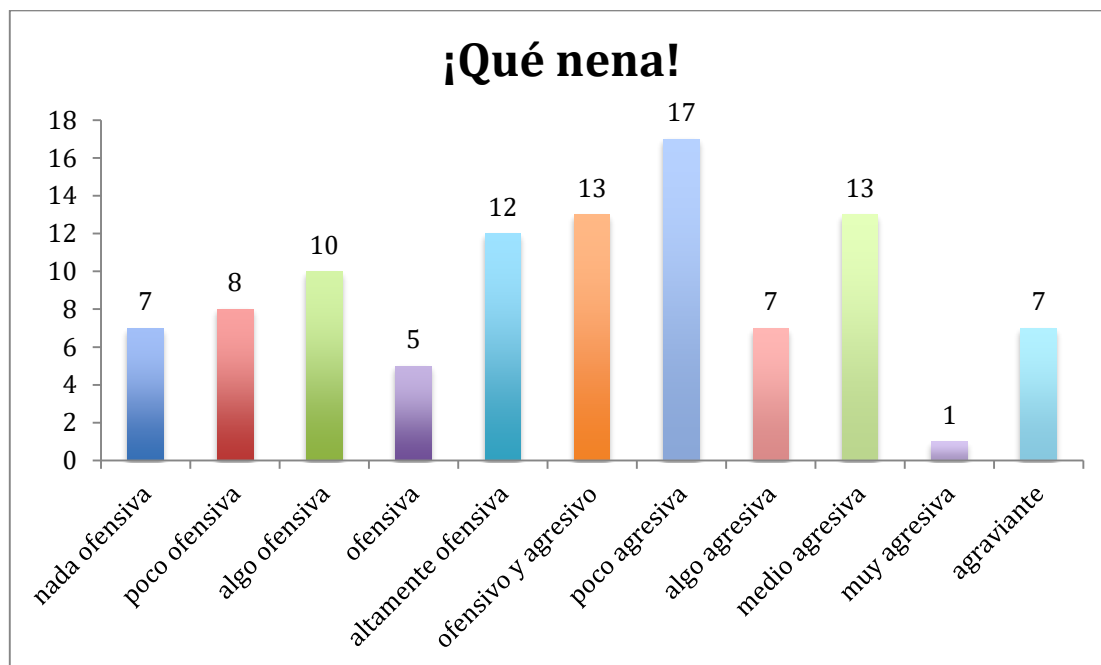


Figura 8, Pregunta 8 ¡Qué nena!

Se observa una variación de respuestas ya que los porcentajes se encuentran distribuidos dentro de cada nivel. En esta categoría se califica como poco agresiva con un mayor porcentaje de 17%; a continuación, se comparte un 13% entre las categorías de medio agresiva y ofensivo agresivo. Tan solo el 1% cree que esta frase es muy agresiva. Esto denota la poca trascendencia que esta frase representa para las personas encuestadas.

Esta frase

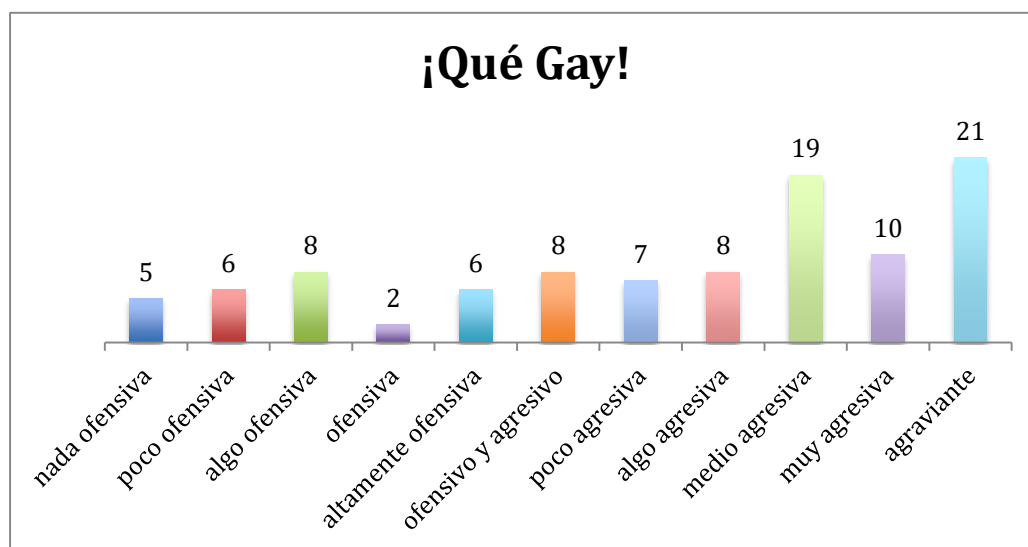


Figura 9, Pregunta 8 ¡Qué Gay!

también posee una distribución dispersa a lo largo de las categorías disponibles. Los tres mayores porcentajes 21%, 19%, 10% correspondiente a las categorías de agravante, muy agresiva y medio agresiva, respectivamente. Se resalta que el siguiente porcentaje, 8% califica a la frase como algo agresiva; siendo este resultado contrastante con los primeros tres mayores porcentajes.

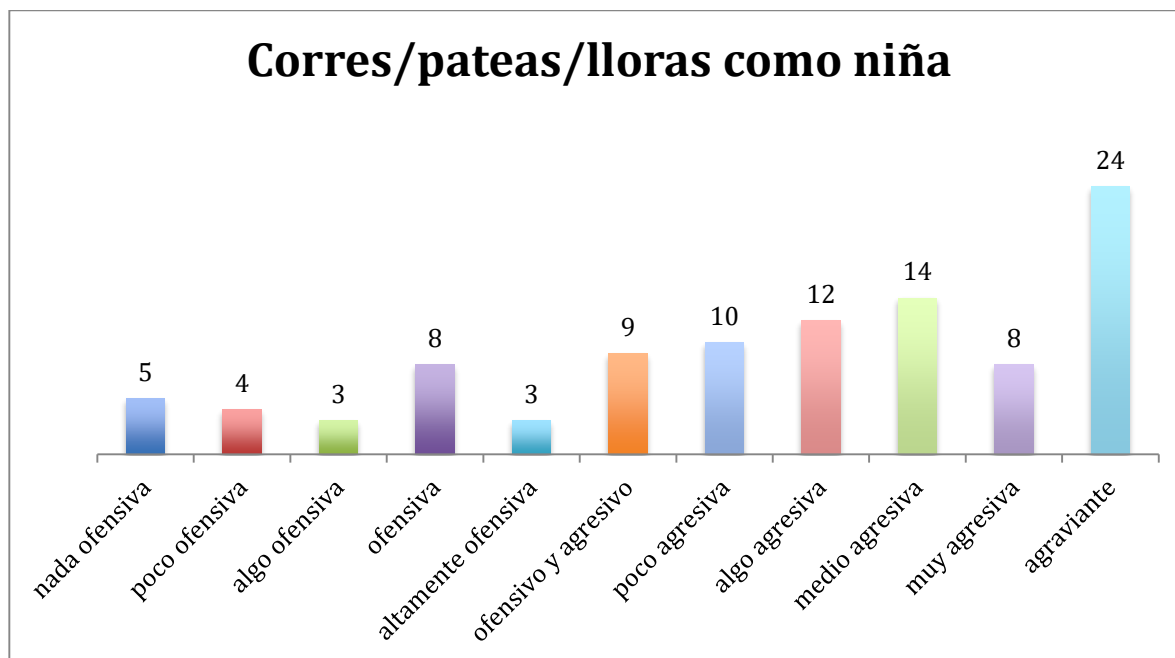


Figura 10, Pregunta 8 ;Como niña!

El 24% considera como agravante a esta frase, le sigue un término medio de categorías entre el 12% y el 14% con algo agresiva y medio agresiva. En este caso se puede comparar con la primera frase “Qué Nena” a la cual se le atribuía una calificación mayoritaria de poco agresiva; lo cual podría resultar contradictorio ya que ambas frases colocan a algo atribuido a una niña o una nena como de menor categoría calificativa.

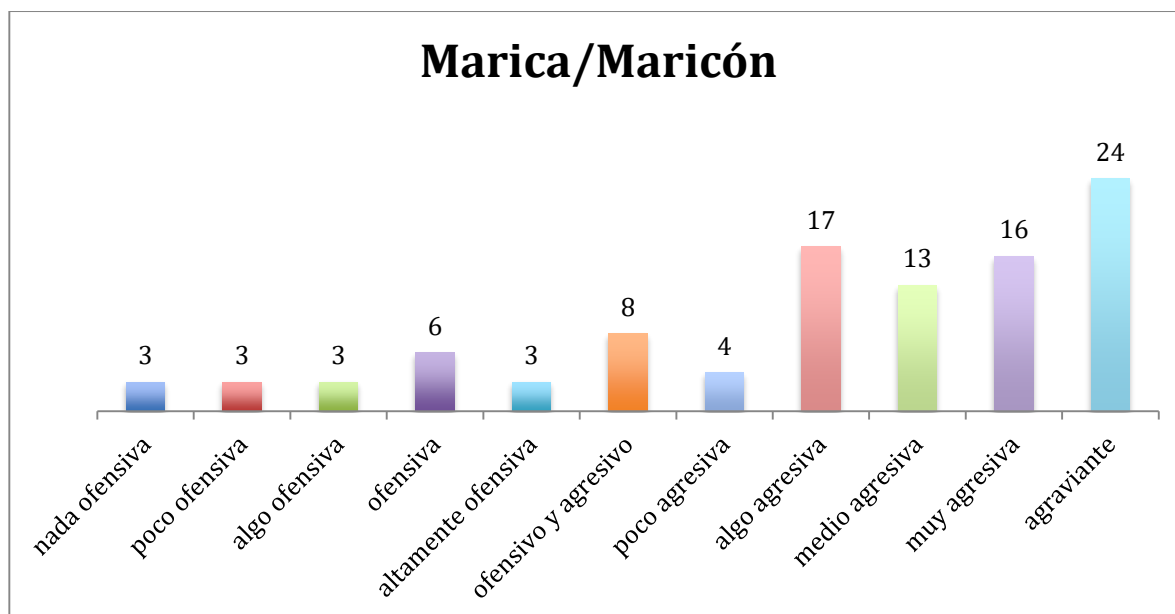


Figura 11, Pregunta 8 Marica

Un 24% considera que esta palabra es agravante; sin embargo, este porcentaje es relativamente bajo debido a que es menos del 50% y los siguientes resultados de porcentaje mayor son: algo agresiva, muy agresiva y medio agresiva. Además se observa una atribución menos dañina a esta palabra ya que se repite un porcentaje de 3% que considera que esta palabra es calificada como nada ofensiva poco ofensiva, algo ofensiva y altamente ofensiva.

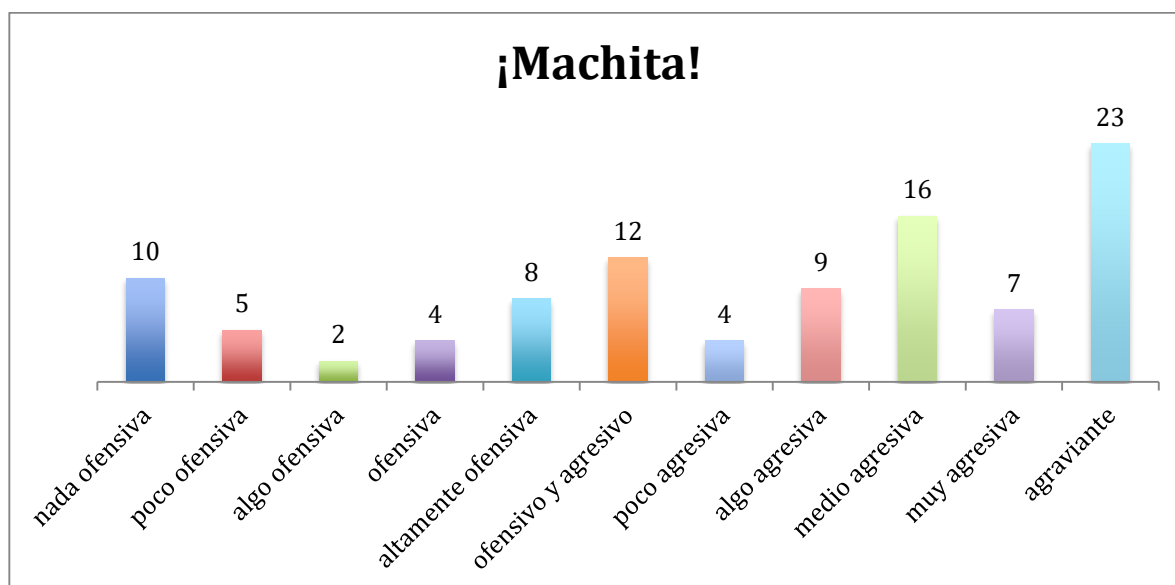


Figura 12, Pregunta 8 Machita

Esta expresión refiere al 23% que considera que es una expresión agravante y un 16% como segundo lugar para calificar como medio agresiva. La palabra “maricón” posee un resultado de mayor porcentaje bastante similar al que corresponde a “machita”; sin embargo, se diferencia por un 10% que considera que es una palabra nada ofensiva.

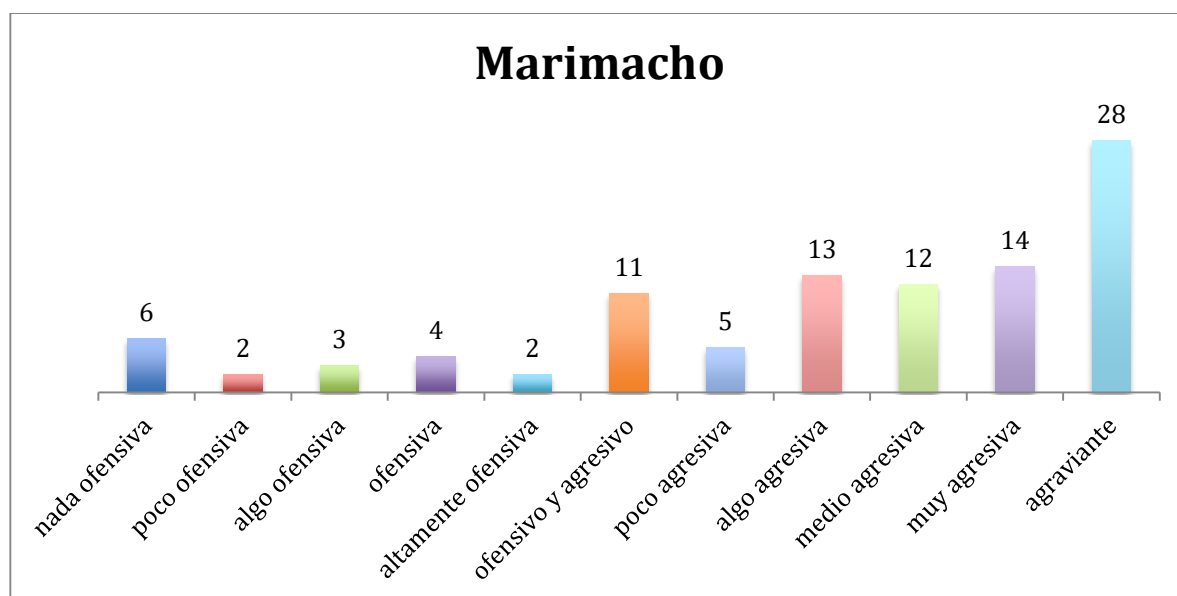


Figura 13, Pregunta 8 Marimacho

Este resultado comienza a surgir una diferencia de categorías con un 28% que considera que es un calificativo agraviante, seguido de porcentajes cercanos al promedio de 13% con calificativos de algo agresiva, medio agresiva y muy agresiva. Un mínimo porcentaje de 2%, 3% y 5% manifiesta que marimacho es una expresión poco ofensiva, algo ofensiva y poco agresiva; contrastando con un 2% de calificativo altamente ofensivo.

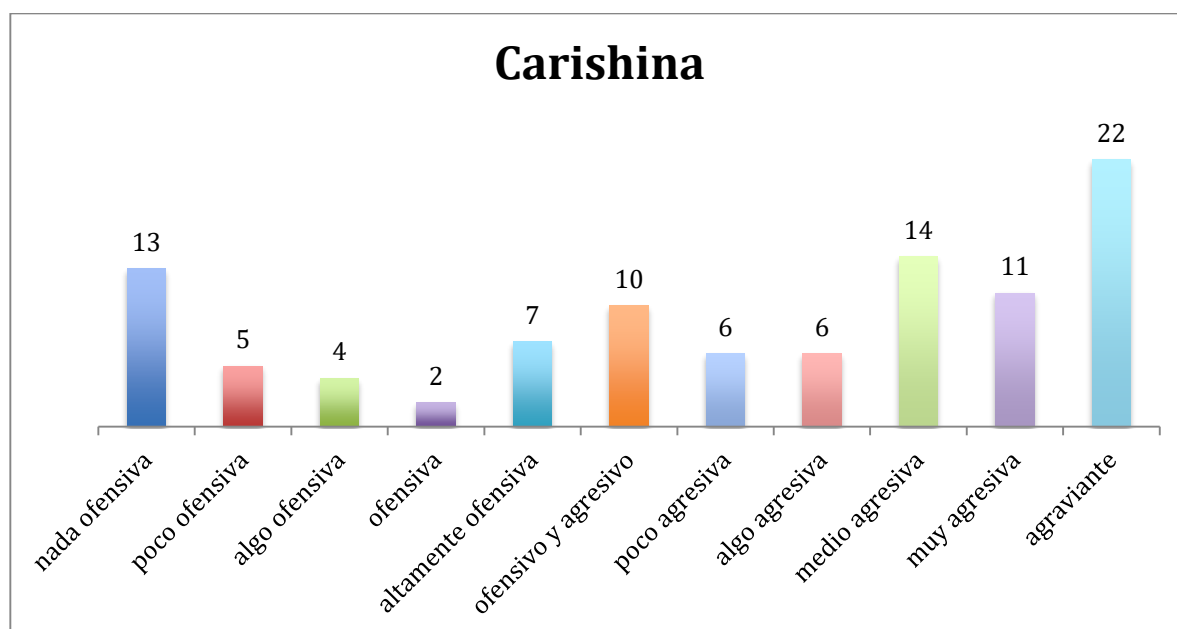


Figura 14, Pregunta 8 Carishina

En este caso los porcentajes se encuentran distribuidos en las categorías registrada con un 22% de calificativo agraviante, con un 14% de medio agresiva. Finalmente este porcentaje, es antagonista con el 13% que pertenece a nada ofensiva.

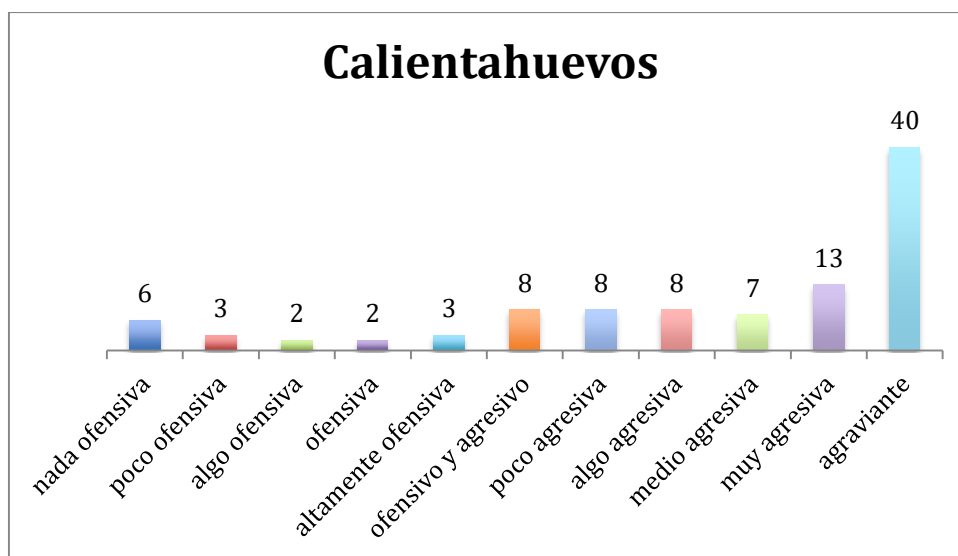


Figura 15, Pregunta 8 Calientahuevos

La distinción del mayor porcentaje 40% como una expresión agravante, resalta mucho más que en anteriores expresiones calificadas. El resto del 60% se distribuye en el resto de categorías.

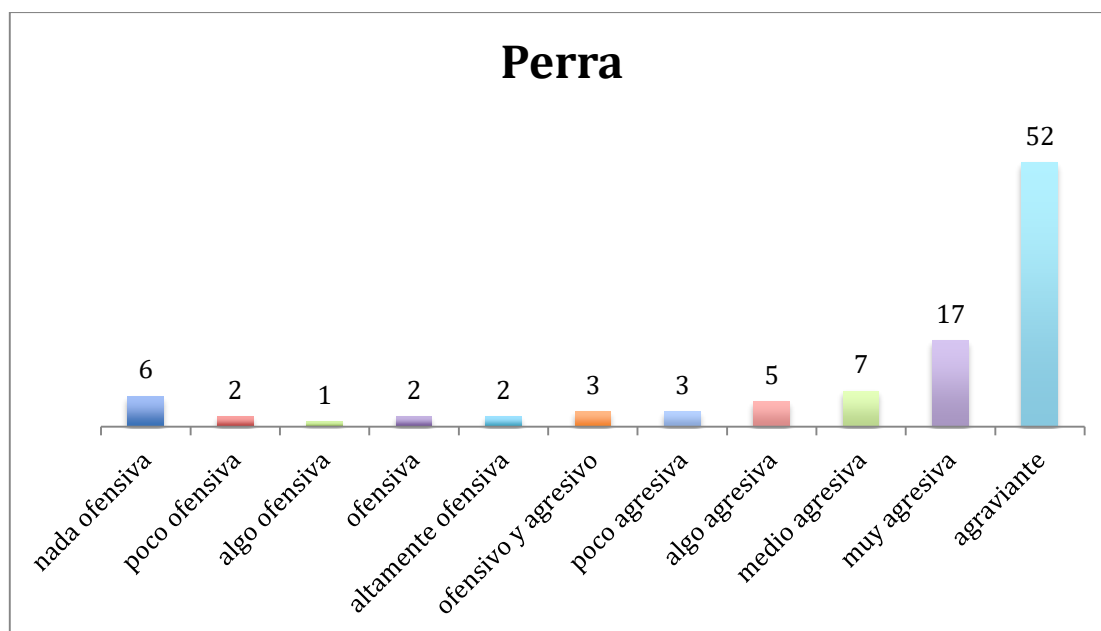


Figura 16, Pregunta 8 Perra

Lo mismo que en “Calientahuevos”, la distinción del mayor porcentaje 52% como una expresión agravante, resalta mucho más que en anteriores expresiones calificadas. El resto del 48% se distribuye en el resto de categorías.

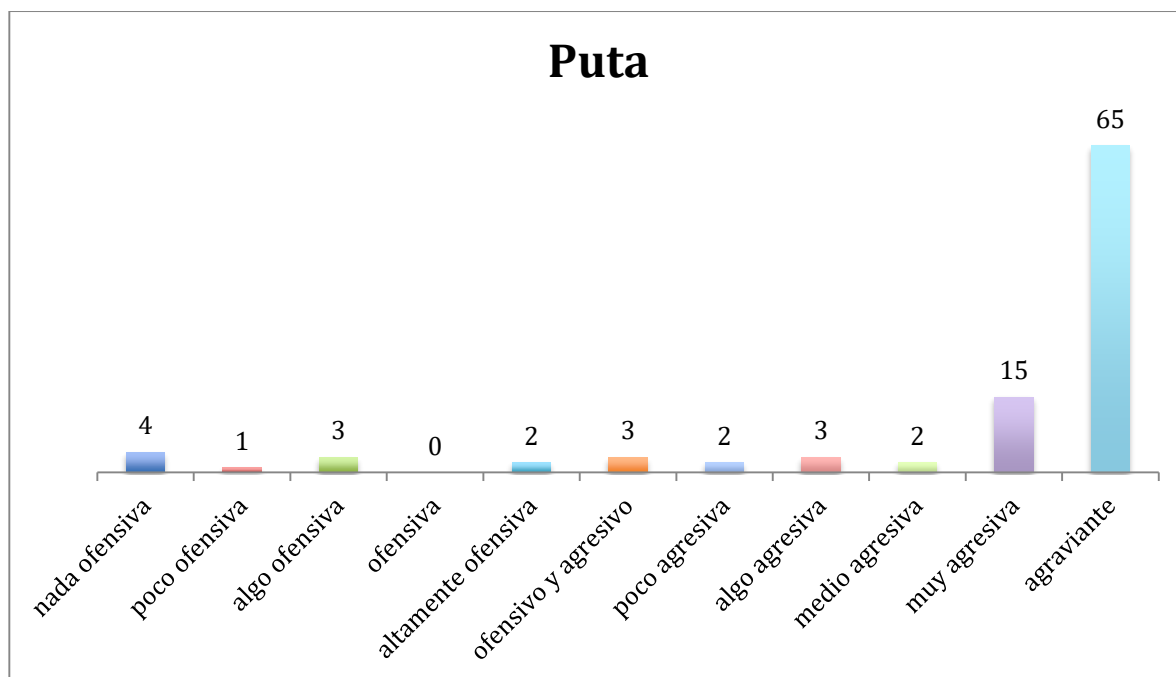


Figura 17, Pregunta 8 Puta

De igual manera que en “Calientahuevos” y “Perra” la distinción del mayor porcentaje 65% como una expresión agravante, resalta mucho más que en anteriores expresiones calificadas. El resto del 35% se distribuye en el resto de categorías con porcentajes mínimos.

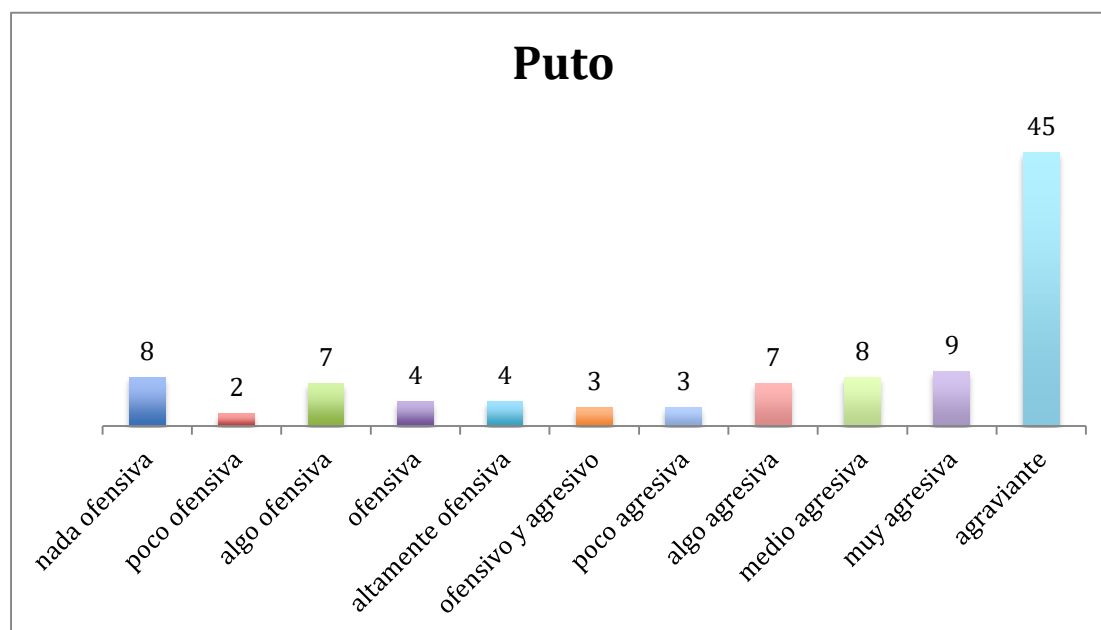


Figura 18, Pregunta 8 Puto

Tomando en cuenta a la categorización lingüística masculina de la versión femenina de “puta,” la expresión presentada en esta pregunta, resulta menos ofensiva que la versión femenina; esto

se refleja en un 45% considerando un 10% menor de calificativo agravante que el que se otorga en “puta”.

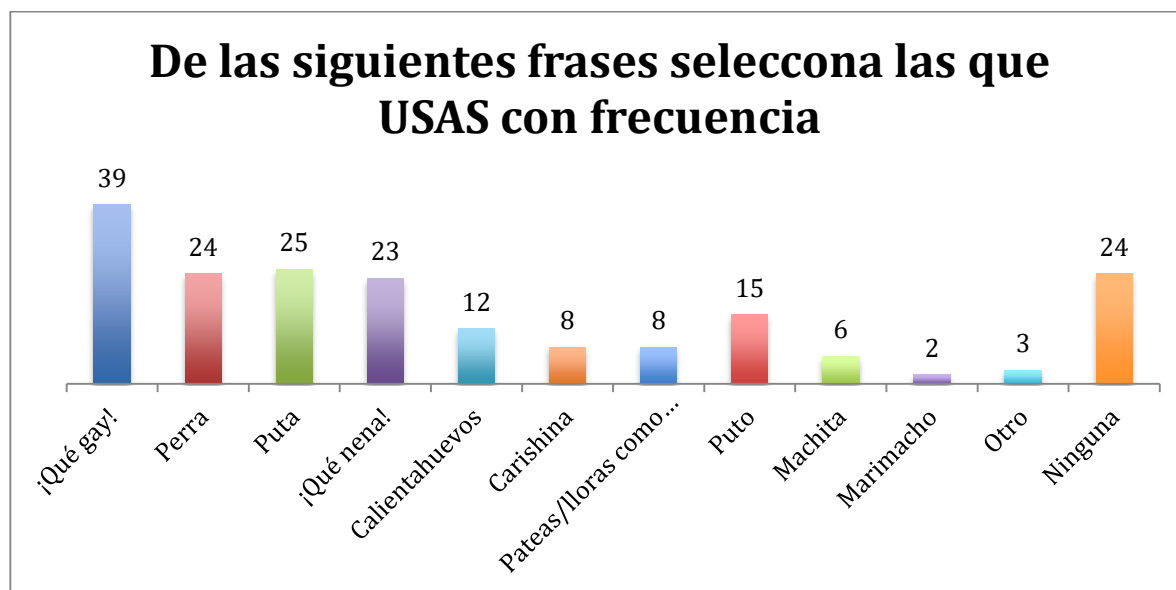


Figura 19, Pregunta 10 Resultados Generales

Según las encuestas presentadas, el orden de uso de las expresiones es Qué gay, ninguna frase, puta, perra, qué nena, puto, calientahuevos, carishina y pateas como niña, machita, otros insultos y marimacho.

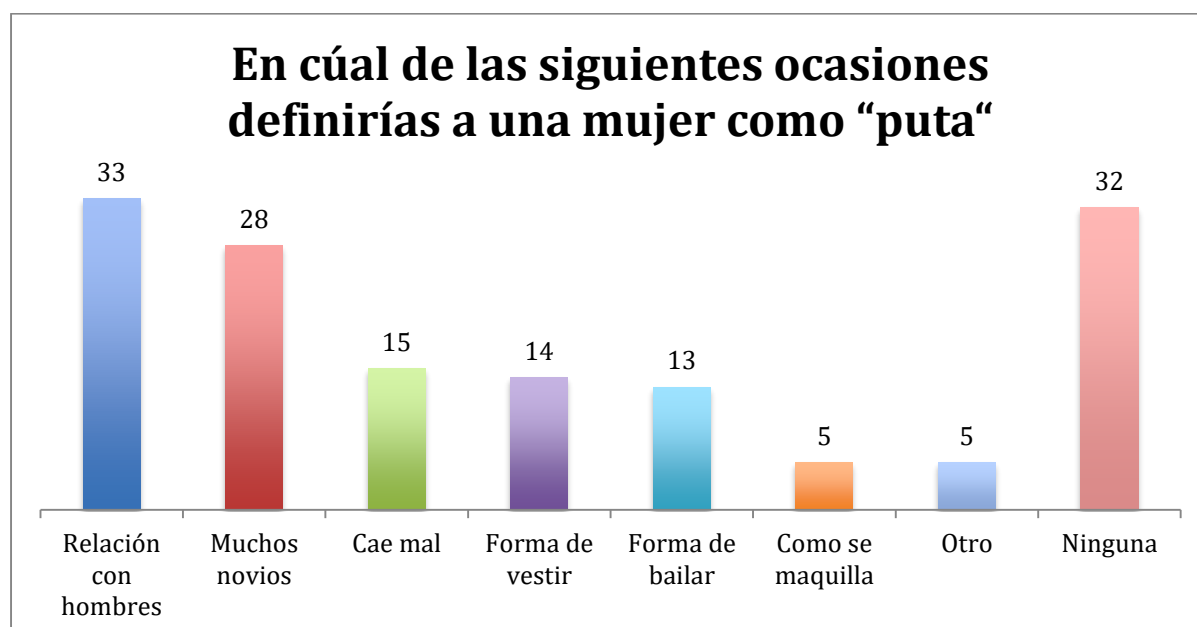


Figura 20, Pregunta 11 Resultados Generales

Las razones para calificar a una mujer como puta varía entre tres opciones principales: Según su relación o comportamiento con los hombres, no utilizan esta expresión, y para describir que

esta mujer tiene muchos novios; con porcentajes de 33%, 32% y 28% respectivamente. El resto está distribuido en un promedio de 13% por razones que implican que esa mujer te cae mal, su forma de vestir y su forma de bailar. Por último, la opción de la forma en que se maquilla describe a esta expresión con un 5%. Otro 5% restante manifestó otras razones tales como: si es que esta mujer no respeta su relación con su pareja y mantiene relaciones sexuales con otra persona; si ofrece servicios sexuales por dinero; si es promiscua y tiene varias parejas sexuales al mismo tiempo.

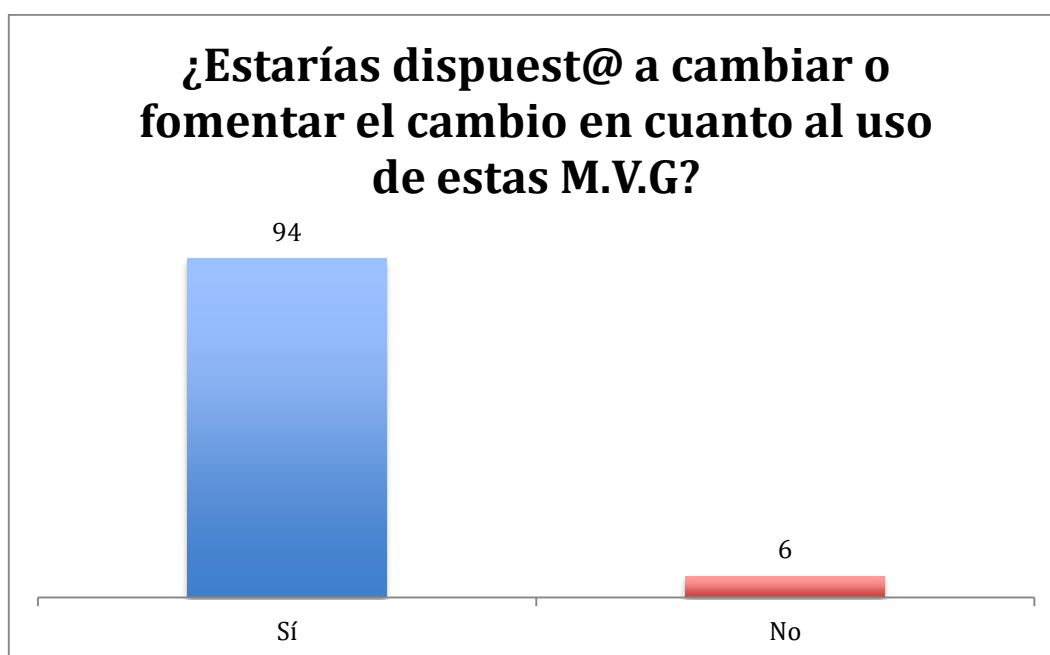


Figura 21, Pregunta 12 Resultados Generales

Esta pregunta, alude a conocer las intenciones y la importancia que las MVG constituyen para los encuestados. El 94% dice que sí estaría dispuesto a cambiar o fomentar cambio, mientras que el 6% dice que no estaría dispuesto. Este último resultado llama la atención debido a su minoría; por esta razón, según las respuestas se conoce que las razones son en cuanto a la indiferencia sobre el tema, justificando la libertad de expresarse que todos tienen para poder decir lo que les parezca.

Resultados comparativos: Femenino y Masculino- contraste y análisis de variantes

¿Alguna vez te has sentido afectado o herido por comentarios aparentemente sin importancia referentes a tu género?

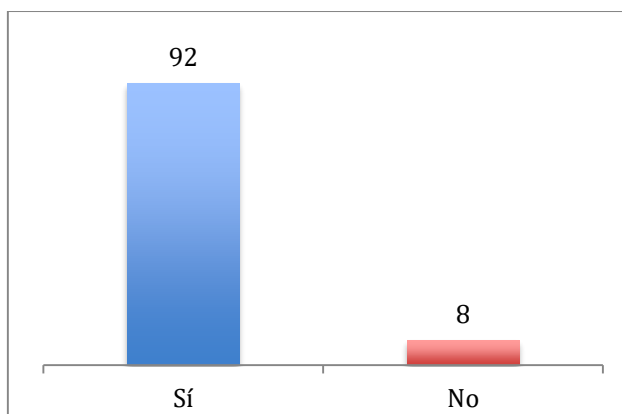


Figura 22, p.1 femenino

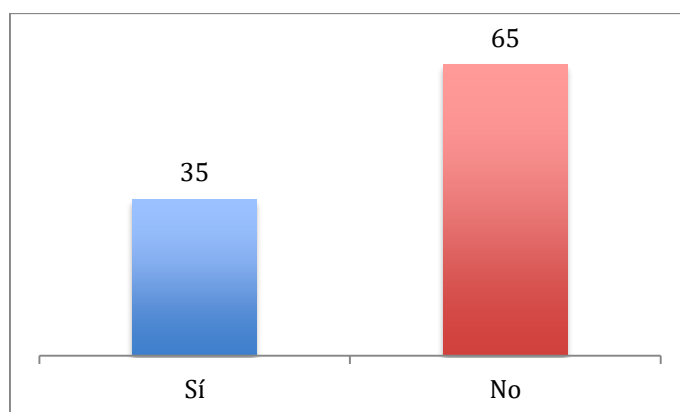


Figura 23, p.1 masculino

Las personas que se identifican con el género femenino han sido afectadas en un 92% mientras que en el género masculino, existe menor ofensa en este aspecto ya que se reduce en un 52% menos que el porcentaje que sí es afectado en lo femenino.

¿En qué ámbitos has experimentado algún tipo de micro-agresión verbal de género?

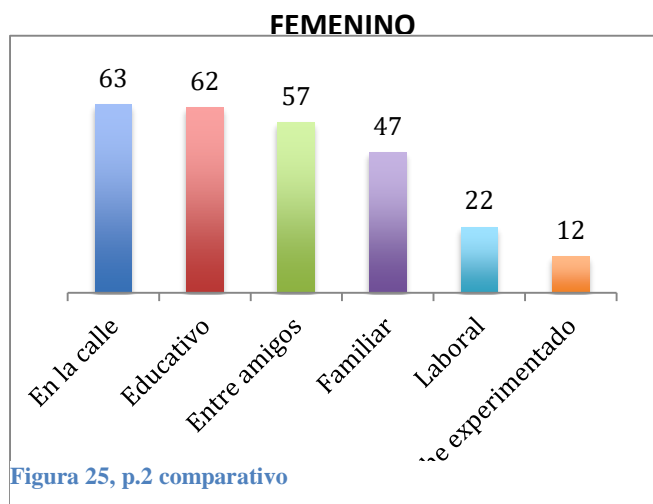


Figura 25, p.2 comparativo

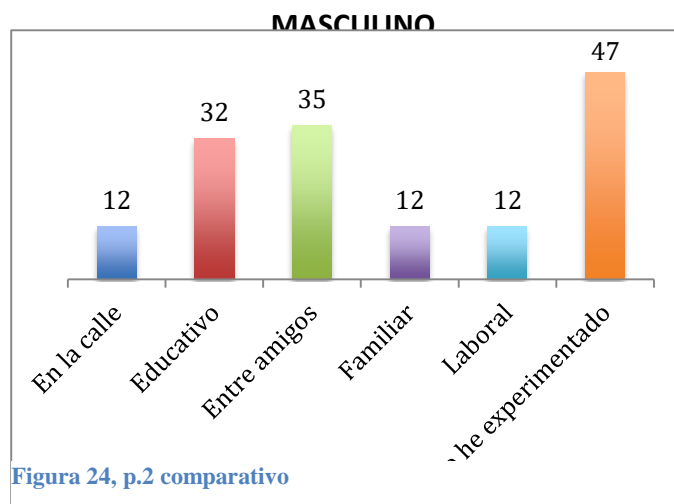


Figura 24, p.2 comparativo

Para el femenino los más altos porcentajes se manifiestan entre el 63% y el 47% en ámbitos que empiezan desde en la calle, en el aspecto educativo, entre amigos y familiar. Sin embargo, si tomamos en cuenta al gráfico de lo masculino, el mayor porcentaje se resalta en el “no he experimentado” con un 47%; le siguen el 35% entre amigos y el 32 % en el ámbito educativo.

¿Alguna vez has usado un insulto, frase o expresión derogatoria que sea sexista?

FEMENINO

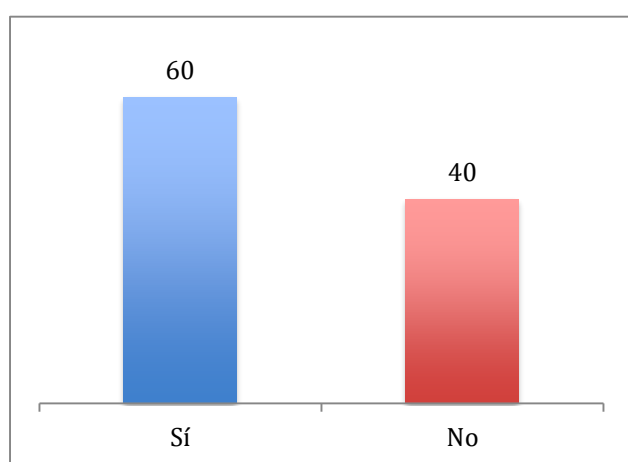


Figura 26, p.5 comparativo

MASCULINO

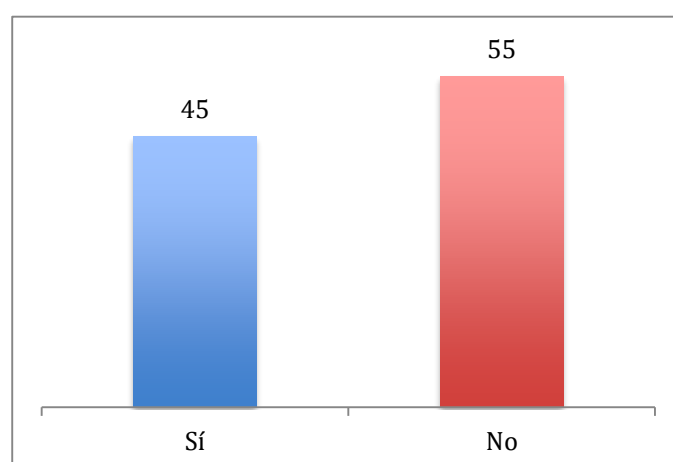


Figura 27, p.5 comparativo

Este resultado es muy interesante ya que aunque los porcentajes parecen ser relativamente proporcionales, en lo femenino se considera un 60% que dice que sí ha usado una de estas expresiones; por otro lado, en lo masculino el sí es menor al sí del femenino con una diferencia de 15% entre sí.

¿En qué ámbitos utilizas este tipo de microinsultos, frases o expresiones derogatorias?

FEMENINO

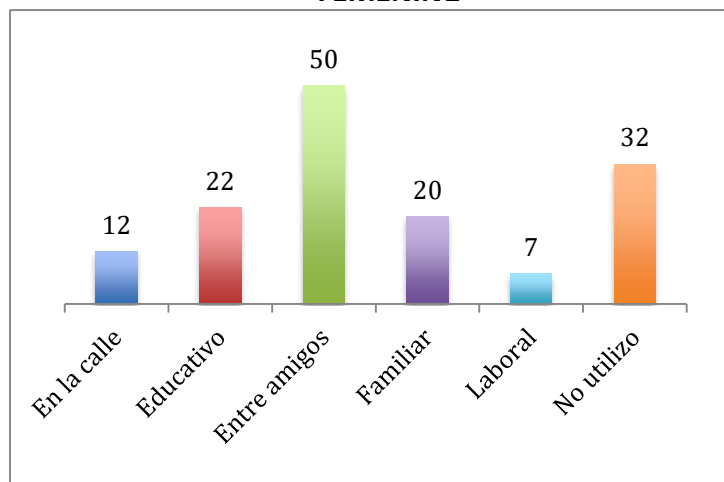


Figura 28, p.7 comparativo

MASCULINO

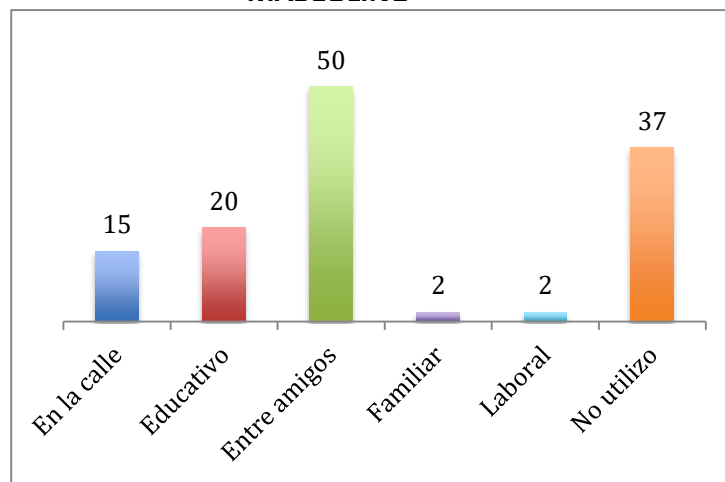


Figura 29, p.7 comparativo

En este caso, el 50% en ambos femenino y masculino corresponde al ámbito entre amigos, siendo este el común denominador. Posteriormente le sigue un dato parecido entre sí con un 32% de personas del femenino que no utilizan estas expresiones, comparado con un 37% en el masculino que dice que tampoco utiliza este tipo de expresiones. Otra diferencia que contrasta es el uso en el ámbito familiar en el femenino que supera en un 18% el familiar en lo masculino.

De las siguientes frases selecciona las que ESCUCHAS con mayor frecuencia

FEMENINO

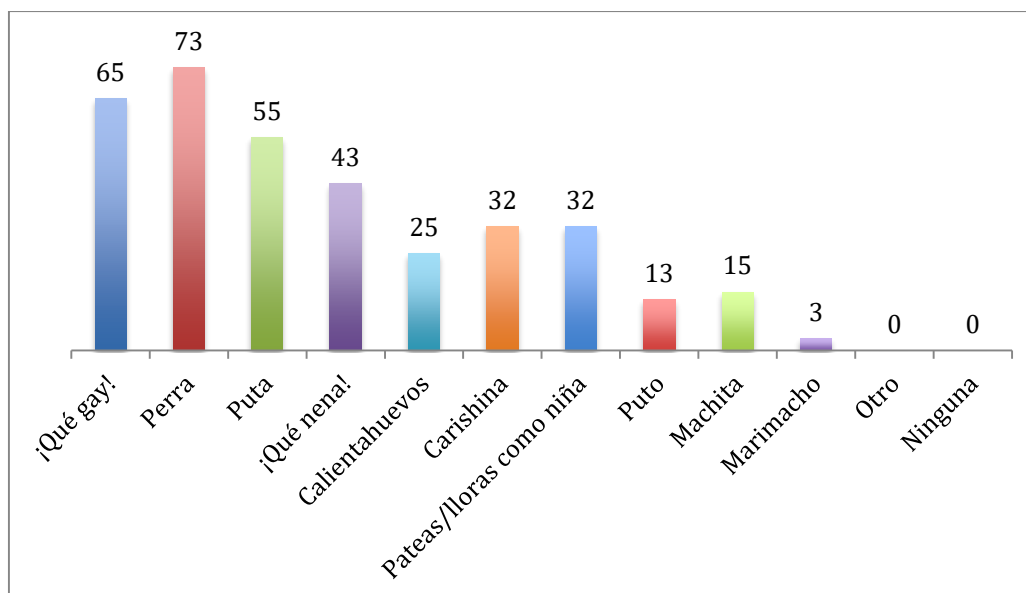


Figura 30, p.9 comparativo

MASCULINO

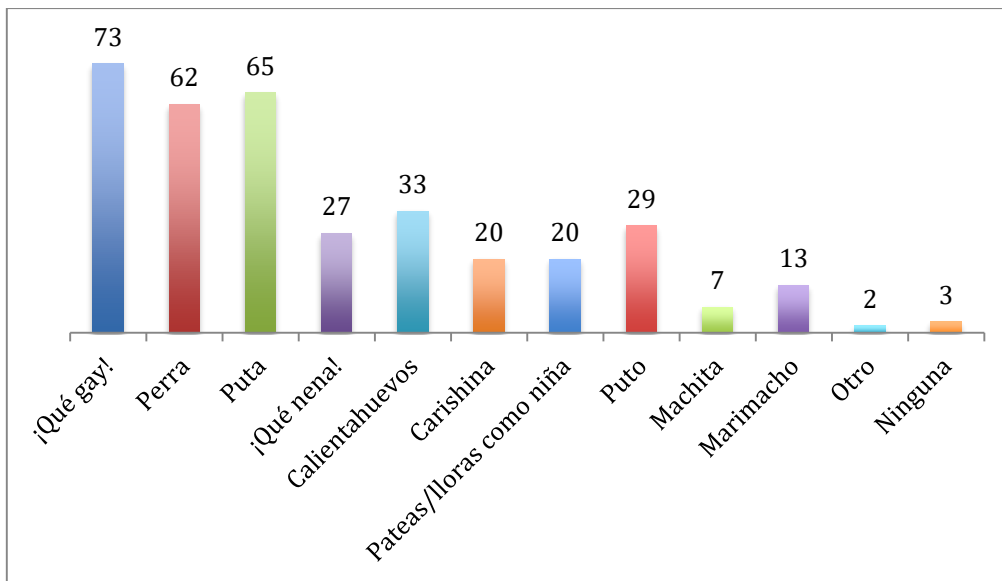


Figura 31, p.9 comparativo

El primer porcentaje en ambos femenino y masculino es el 73%, en cada caso cambia la expresión más escuchada: En femenino, perra y en masculino qué gay. Luego en ambos el 65% y para cada uno representa qué gay en lo femenino y Puta en lo masculino. Posteriormente en lo femenino se considera un 55% para la expresión Puta y en lo masculino el 62% para la expresión Perra. Otro punto a resaltar es un porcentaje equitativo para el uso de las expresiones: Carishina y Pateas o lloras como niña para ambos géneros; para el femenino compete al 32% y para el masculino un 20%.

De las siguientes frases selecciona las que USAS con frecuencia

FEMENINO

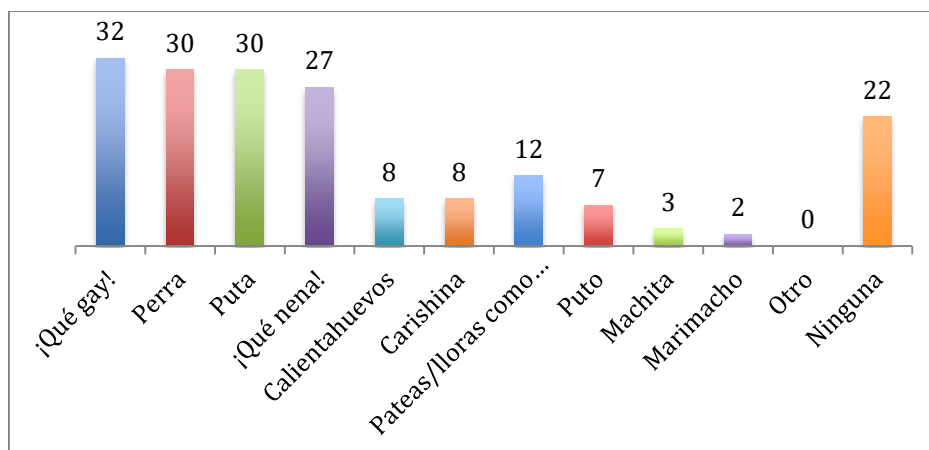


Figura 32, p.10 comparativo

MASCULINO

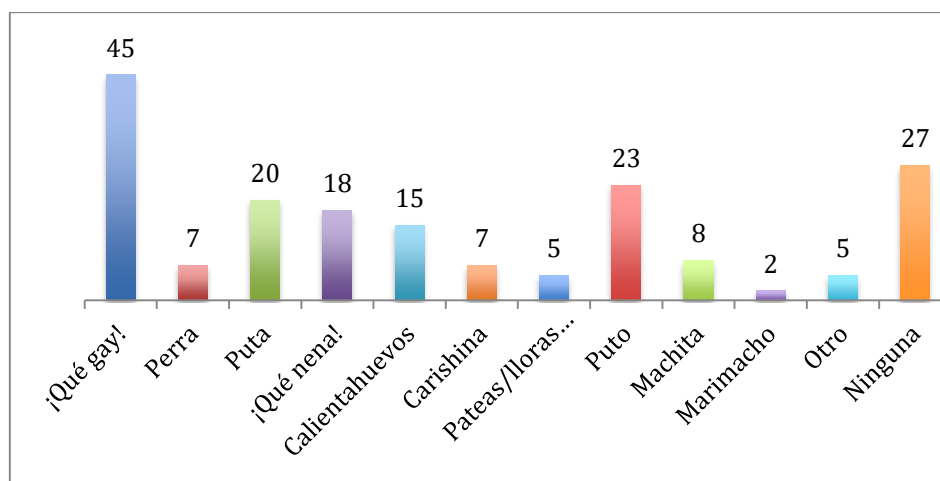


Figura 33, p.10 comparativo

En lo femenino el porcentaje de la expresión más usada es qué gay y lo mismo para lo masculino, la diferencia es el 45% para el masculino y el 32% para el femenino. En el caso de lo masculino el restante 55% se distribuye a lo largo de las otras expresiones incluyendo el segundo lugar del porcentaje total de 27% que pertenece a ninguna expresión utilizada. Por otro lado en lo femenino, primero se distribuye en un orden de uso desde perra, puta, qué nena y ninguna expresión usada.

En cuál de las siguientes ocasiones definirías a una mujer “puta”

FEMENINO

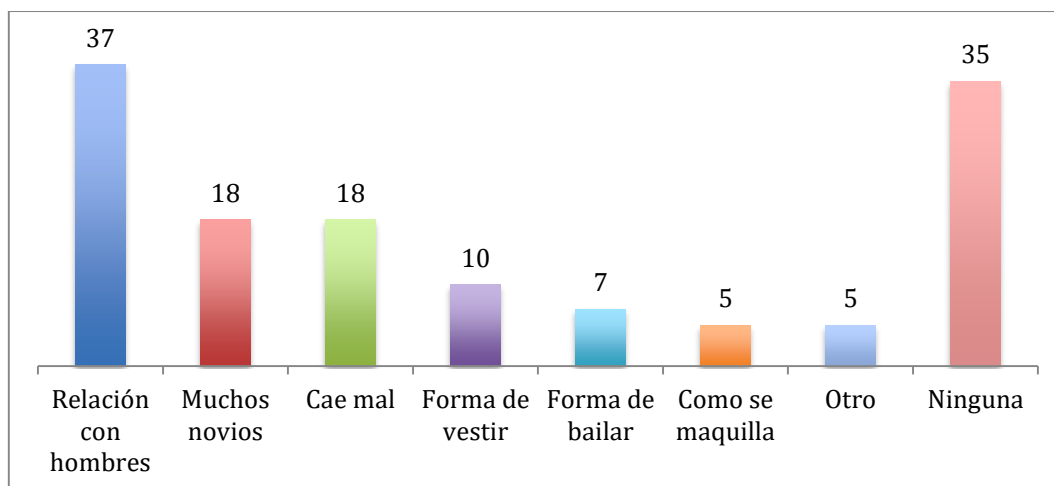


Figura 34, p.11 comparativo

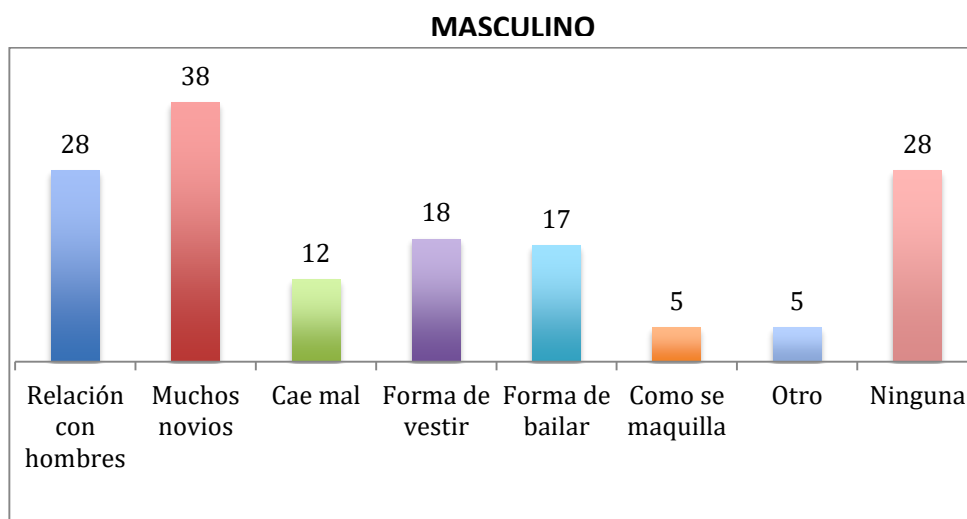


Figura 35, p.11 comparativo

En lo femenino los dos mayores porcentajes se reparten en 37% describiendo su relación con los hombres, seguido de el 35% que no utilizaría esa palabra para definir a una mujer. En el caso de lo masculino, el primer porcentaje da respuesta a que la mujer tiene muchos novios, luego de una cantidad igual entre la relación que tiene esta mujer con los hombre y ninguna razón por la cual llamarían a una mujer de esa manera.

¿Estarías dispuest@ a cambiar o fomentar el cambio en cuanto al uso de estas M.V.G?

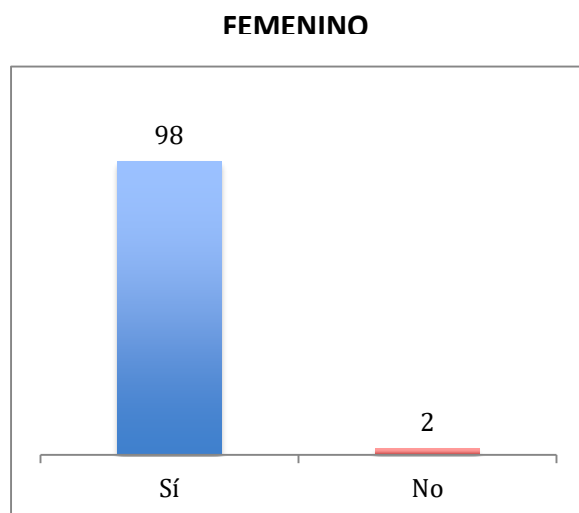


Figura 37, p.12 comparativo

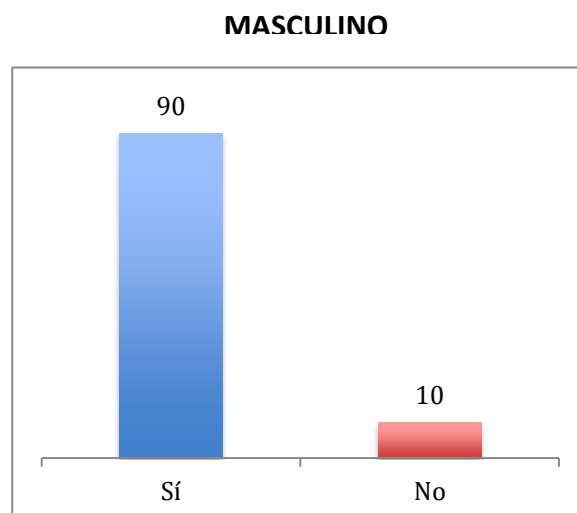


Figura 36, p.12 comparativo

Finalmente, para este resultado se puede comparar con el análisis general y las respuestas alternativas al alegar no querer participar para fomentar o promover un cambio. Según los gráficos la mayoría en ambos géneros desea este cambio; sin embargo en lo femenino un 2% no desea hacerlo y en lo masculino un 10%. La diferencia es de 8% más personas en lo masculino que mantienen un punto de vista indiferente ante las MVG ya que no consideran que sea una verdadera amenaza para el ser humano como individuo.

Respuestas abiertas

Cómo debe verse y actuar un hombre

La respuesta común es : Como él quiera

Las respuestas alternas: Libre, pero al mismo tiempo siendo respetuoso con las mujeres, masculino, macho, no amanerado, respetuoso, caballero, fuerte por naturaleza

Respuesta polarizada y contradictoria: “El hombre naturalmente es fuerte, pero al igual que la mujer... Verse vestirse y actuar como quiera.”

Cómo debe verse y actuar una mujer

La respuesta común es : Como ella desee y se sienta cómoda

Las respuestas alternas: Delicada, natural, como una dama, femenina, tranquila, verse y oler bien, acorde a la ocasión, limpia.

Respuesta polarizada y contradictoria: “Debe verse como una dama que se hace respetar, ser educada y vestirse sin verse vulgar”

Focus group

El día lunes 17 de octubre se llevó a cabo un focus group en la USFQ con un grupo de 3 mujeres y 3 hombres con el fin de determinar qué tan conscientes estaban del uso de insultos y microinsultos en su vida diaria.

Se escogió un grupo de 3 mujeres y 3 hombres que nos se conocían dentro de la USFQ, se los juntó en un aula y al principio se pidió que cometan las mujeres que tipo de insultos usarían para los hombres a lo que ellas respondieron entre risas: “idiota”, “estúpido” y no supieron contestar más ya que el grupo de hombres las escuchaba y se veían en una situación poco confortable. Por otro lado, se pidió lo mismo de los hombres pero esta vez hacia las mujeres a lo cual estos no supieron qué responder y lo único que dijeron fue: “tonta”; se reían mucho y no sabían de qué forma responder un chico dijo “no me siento cómodo haciendo esto”.

Luego se los dividió en grupos de hombres y mujeres y a cada uno se le dio un papel para que escribieran insultos hacia los del otro género y hacía sí mismos. Y estos fueron los resultados:

Mujeres	Hombres
<p>Insultos para hombres:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Maricón ● Animal ● Hijo de Puta ● Careverga 	<p>Insultos para mujeres:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Perra ● Puta barata ● Calientahuevos ● Zorra ● Maldita estúpida ● Pendeja ● Gorda mamona ● Puta de mierda
<p>Insultos para mujeres:</p>	<p>Insultos para hombres:</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Zorra ● Perra ● Inútil ● Fácil ● Falsa/doble cara ● Puta ● Desgraciada 	<ul style="list-style-type: none"> ● Huevón ● Hijo de puta ● Maricón ● Cabrón ● Puto
--	---

Tabla 1, Focus Group

Interpretación de resultados: Focus Group.

Los participantes se sintieron incómodos cuando debían decir insultos hacia el otro género de frente; mientras que cuando pudieron reunirse en grupos de hombres y mujeres, y en lugar de decirlos escribirlos se sintieron más cómodos pudiendo así revelar lo que en verdad pensaban.

En cuanto a los resultados podemos notar que tanto hombres como mujeres dieron mayor número de insultos a las mujeres lo cual nos muestra como existe un sexismo implícito en el uso del lenguaje y que los insultos deben ser usados en mayor frecuencia denigrando a las mujeres o al género femenino más que al masculino Algo también que pudimos notar es que la mayoría de insultos hacia hombres son de carácter homofóbico o denigrando cualquier tipo de feminidad.

Entrevistas a expertos

Carmen Alcívar:

Mejor egresada de psicología en la UCE, más de 20 años de experiencia laboral. tiene su propio centro psicopedagógico “Creer”. Especialista en temas de género y discriminación; es miembro fundadora de COPEHU (Corriente Pedagógica Humanista Universitaria) Ecuador. Dicta charlas y talleres en Espacio No Violento, y otras organizaciones no gubernamentales que luchan contra la violencia.

Nelsy Lizarazo:

Colombiana, Licenciada en Filosofía y Letras de la Universidad Santo Tomás de Aquino en Bogotá. Formación en Filosofía, Relaciones Internacionales y Ciencias Políticas. Presidenta de

Pressenza “International Press Agency”, impulsadora de humanismo, no-violencia, derechos humanos y no discriminación. Miembro honorario de Espacio No Violento Ecuador, conductora del programa EN LA OREJA de Radio Pichincha Universal 95.3 FM. Mentora y realizadora de las ferias de la No-Violencia.

Jaime Costales:

Licenciado en antropología, Máster en Salud Mental y Clínica Social, Universidad de León, España. Experto en psicología social e individual profesor de la Universidad San Francisco de Quito.

Ma. Amelia Viteri:

Profesora e Investigadora, posee un PhD en Antropología Cultural con especialización en Raza, Género y Justicia Social de la American University en Washington D.C. También, M.A. en Ciencias Sociales con especialización en Estudios de Género en FLACSO, Ecuador. Además, un B.A. en Lingüística de la Universidad Católica del Ecuador. Las principales áreas de estudio a las que se dedica son: Estudios de género, Teoría Queer, Interseccionalidades entre aspectos como el género, etnicidad, migración y estatus social

CAMPAÑA SOCIAL

Tema de la campaña

‘Transforma La Norma-Microagresiones Macroimpactos’ es una campaña de carácter social y basada en metodología de educomunicación con enfoque en conceptos de mercadeo social, marketing con causa y responsabilidad social; que nace con la meta de trabajar por la visibilización y concienciación de las Microagresiones Verbales de Género ya que son palabras de carácter derogatorio que preservan creencias, ideas e imágenes discriminatorias y sexistas;

que son aceptadas por la mayoría de personas en una sociedad como un modelo o patrón de caracterización o conducta.

Antecedentes

En base a la investigación teórica exhaustiva respecto a Microagresiones Verbales de Género a nivel internacional y nacional, estudios de campo, focus groups, entrevistas a expertos y encuestas realizadas a personas de la ciudad de Quito, se descubrió una gran problemática en torno a la violencia verbal y el uso normalizado de expresiones puntuales como: carishina, marimacho, ¡qué gay!, ¡qué nena!, perra, marica, pateas/pegas/llores como niña, entre otras.

Dentro de esta investigación se pudieron develar importantes datos porcentuales respecto a las microagresiones verbales de género, por ejemplo que el 92% de las mujeres encuestadas ha sido herida por una microagresión verbal de género, mientras que el 65% de los hombres encuestados dice no haber sido afectado por este tipo de palabras. Otro dato importante es que las mujeres han experimentado microagresiones en los siguientes ámbitos: en la calle (63%), escolar/colegial/universitario (62%), entre amigos (57%), familiar (47%) y solo un 12% dice no haber experimentado este tipo de microviolencia; por otro lado, el 47% de los hombres encuestados dijo no haber experimentado microagresiones verbales de género.

La expresión derogatoria más escuchada por mujeres es ‘perra’ con un 73% y por hombres ‘¡qué gay!’ con igual porcentaje. Según los resultados generales el ámbito de uso más frecuente para estas frases es entre amigos. En adición la mayor parte de expresiones mencionadas en la encuesta fueron calificadas como poco agresivas e incluso inofensivas excepto ‘puta’ (agraviante 65%), ‘perra’ (agraviante 52%) y ‘puto’ (agraviante 45%).

Según las investigaciones antes mencionadas los quiteños usan a las microagresiones verbales de género como parte de su léxico cotidiano sobretodo los jóvenes quienes además tienden a crear más microagresiones. En el sustento teórico se puede ver que existen leyes que

mencionan sanciones a discriminación física y poco evidente; sin embargo, no existe alguna norma que describa a las microagresiones verbales de género como una forma de violencia. En adición, no se encontró evidencia cuantitativa de este tipo de violencia a nivel nacional.

Justificación

Según las investigaciones antes mencionadas los quiteños usan a las microagresiones verbales de género como parte de su léxico cotidiano sobretodo los jóvenes quienes además tienden a crear más microagresiones. En el sustento teórico se puede ver que existen leyes que mencionan sanciones a discriminación física y poco evidente; sin embargo, no existe alguna norma que describa a las microagresiones verbales de género como una forma de violencia. En adición, no se encontró evidencia cuantitativa de este tipo de violencia a nivel nacional. Por estas razón, realizar esta campaña es importante para la sociedad ecuatoriana y quiteña ya que existe un conocimiento casi nulo del impacto que tienen las Microagresiones Verbales de Género (M.V.G.), además se ha creado una invisibilización del problema, a pesar de estar presente en la vida cotidiana de las personas es un tema escondido o cubierto y poco consciente con los fuertes daños que causa la perpetuación de estereotipos sexistas.

Fundación beneficiada

La Comunidad Para el Desarrollo Humano Ecuador es una ONG sin fines de lucro, convocada internacionalmente en el año 1980 en Chile; mientras que en el Ecuador nació en el año 1999 desde el Acuerdo Ministerial 02344; es así que, para garantizar la transparencia en la gestión, todas las contribuciones son voluntarias. Además, es parte de los organismos del Movimiento Humanista y está formulada bajo “los principios del Humanismo Universalista propuestos por

Silo, y trabaja en diversos campos de acción por eliminar toda forma de violencia y discriminación.” (La Comunidad Para el Desarrollo Humano, s.f.) Desde su creación busca hacer alusión a todo tipo de violencia como forma de discriminación, tales como: física, económica, racial, religiosa, género, sexual, etc.

Además, La Comunidad Para el Desarrollo Humano ha desarrollado la Metodología de la No-Violencia Activa la cual impulsa la transformación individual y social a profundidad. Las herramientas correspondientes a dicha metodología son :

- “ • El rechazo y el vacío a las diferentes formas de discriminación y violencia.
- La no-colaboración con las prácticas violentas
- La denuncia de todos los hechos de discriminación y violencia.
- La desobediencia civil frente a la violencia institucionalizada
- La organización y movilización social, voluntaria y solidaria.
- El desarrollo de las virtudes personales y de las mejores y más profundas aspiraciones humanas.
- Un trato personal basado en la siguiente regla de conducta básica: ‘Trato a los demás como quisiera ser tratado.’”(La Comunidad Para el Desarrollo Humano, s.f.)

La Comunidad impulsa proyectos que permitan la aplicación tangible de “una nueva cultura de paz y No Violencia en los diferentes ámbitos de la vida personal y social.” (La Comunidad Para el Desarrollo Humano, s.f.) Como resultado, se ha priorizado la acción desde las instituciones educativas de nivel primario y secundario bajo la conformación del “Proyecto de Consejos Permanentes para la Noviolencia Activa;” el mismo que busca el cambio de situaciones conflictivas dentro de los espacios de interrelación juvenil y la propagación de espacios interpersonales no violentos. De acuerdo a los objetivos y gestión metodológica de la organización, se acoge la iniciativa de 'Transforma La Norma- Microagresiones Macroimpactos;' ya que las Microagresiones Verbales de Género constan como una forma de violencia invisibilizada en el ámbito de violencia de género y violencia verbal. Por otro lado, La Comunidad para el Desarrollo Humano fortalece a esta campaña ya que plantea una táctica que busca vencer la violencia social-externa y la violencia personal (interna). Finalmente, bajo

el marketing social buscamos recaudar fondos para la continuación de esta y otras iniciativas dentro del “Proyecto de Consejos Permanentes para la Noviolencia Activa”.



Gráfico 1, Logo Comunidad del Desarrollo Humano (La Comunidad para el Desarrollo Humano, s/f)

Objetivo General

Crear conciencia sobre todos los aspectos que abarcan las M.V.G. y mantener un espacio de discusión que promueva la acción y el diálogo respecto a este problema y sus posibles soluciones.

Objetivos Específicos

1.-Educomunicar a la comunidad estudiantil del Colegio Técnico Sucre sobre microagresiones verbales de género y así incentivar en los mismos la creación de discusiones/ posibles

soluciones sobre el impacto que las palabras (expresiones derogatorias, insultos) tienen sobre los demás.

2.- Generar expectativa en torno al tema de las Microagresiones Verbales de Género, involucrando a varios colegios de la ciudad para que la campaña tenga mayor alcance en el público objetivo.

3.- Resaltar las historias de jóvenes que enfrentan a diario la exclusión y el prejuicio a través de microagresiones verbales de género. Difundir y viralizar contenidos creativos gráficos y audiovisuales que creen un impacto respecto a las M.V.G.

4.- Visibilizar de una manera interactiva y original los impactos psicológicos y sociales que produce el sesgo inconsciente asociado a las expresiones derogatorias de género a través de activaciones BTL.

5.- Ejemplificar los ámbitos y entornos en donde se manifiesta el uso cotidiano de los microinsultos y expresiones derogatorias.

6.- Proponer una revisión en la Asamblea Nacional para que se incluyan a las microagresiones verbales de género como una forma de violencia y sean incluidas en el “Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas”.

7.- Brindar alternativas para enfrentar y neutralizar las causas de las microagresiones verbales de género mediante la creación de un producto comunicacional.

**TRANSFORMA LA NORMA: MICROAGRESIONES-
MACROIMPACTOS**

Logotipo



Gráfico 2, logo Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos

Nombre

Transforma La Norma-Microagresiones Macroimpactos

Slogan

¡Que las palabras no Marquen tu vida!

Hashtag

#YoNoDigoMicroagresiones

Descripción general de la estrategia comunicacional

La campaña Transforma La Norma emerge de la iniciativa en temas de equidad de género a partir de diferentes enfoques que se fueron trabajando a través de distintas líneas de campaña.

Dichos enfoques son: Microagresiones Macroimpactos; Mujer descubre tu placer; Mujeres

hacia el liderazgo; Hombre sí, violento no; Madres seguras, hijas seguras. El primero de ellos, Microagresiones Macroimpactos, consta como el enfoque de la presente campaña descrita a lo largo de este trabajo de titulación. El planteamiento se maneja desde un plan de campaña educacional formado en diferentes etapas estratégicas: etapa inicial-expectativa, etapa de ejecución-informativa y etapa cierre-recordación. Todas las actividades son desarrolladas frente al concepto de campaña micro-macro y se encuentran programadas bajo un cronograma alusivo a las etapas de la campaña. Tabla de estrategia Anexo B.

Concepto de la campaña

Transforma La Norma, el concepto general:

El eje temático transversal de las diferentes líneas de campaña en Transforma La Norma, constituye la finalidad de modificar y evolucionar la “norma” en cuanto a estereotipos, normas sociales, conductas, costumbres y discriminaciones que se encuentran inmiscuidas en la dimensión socio-cultural como formas aceptadas de actuar y pensar. Es decir, a través de su estructura gramatical imperativa en el presente de segunda persona singular, conforma un llamado a la acción en el cual se incita a ejercer un “rompimiento” de lo conocido como socialmente aceptado para actuar de manera consciente con las nuevas realidades y dimensiones propuestas por cada campaña; de modo que el logo resalta a la palabra “norma” con un cruce de línea que “tacha” a dicha palabra.

Microagresiones Macroimpactos, el concepto específico de campaña:

Por otro lado, se implementó un nombre correspondiente a la línea de campaña específica de Microagresiones Verbales de Género; es decir, “Microagresiones- Macroimpactos”. El concepto de el nombre consta de dos aspectos que se relacionan entre sí: “lo micro” y “lo

macro”. El primero, alude a las microagresiones como tal; es decir, a lo ‘insignificante’ que resulta pensar en el hecho de decir palabras y frases de uso cotidiano que poseen un contexto discriminatorio. El segundo, corresponde a los efectos que se ven proyectados del uso de las microagresiones; es decir, determinar que el impacto es mayor y trasciende el tiempo en comparación a la acción verbal ejercida en el primer aspecto descrito.

Representación Visual-Didáctica del concepto:

Como consecuencia se desarrollaron dos formas de retratar visualmente al concepto micro-macro.

1. Primeramente, se entienden a las microagresiones como pequeñas manchas producidas por líquidos, que son plasmadas en la ropa y que perduran como manchas permanentes imposibles de lavar. En este caso, la ropa es la vida de una persona y ‘lo micro’ consiste en el hecho de pensar que las manchas son insignificantes y en el hecho de pensar que es una exageración el describirlas como importantes para la camiseta; es decir, que una mancha no se ve, es casi imperceptible, muy común y que no es “gran cosa.” Por otro lado, ‘lo macro’ es la permanencia de la mancha en la ropa y lo difícil que es sacarla; es decir, proyectada la microagresión en forma de mancha, consta como una forma de arruinar a la ropa o la vida de la persona debido a la constante repetición de manchas en la misma ropa.
2. La segunda forma gráfica de la campaña corresponde al uso de heridas y lastimados en el cuerpo de una persona causadas por objetos corto punzantes miniatura. En este caso, ‘lo micro’ se instaura en el uso de objetos corto punzantes como tijeras, cuchillos, navajas, etc., los cuales son dispuestos como la causa física que ocasionar heridas; es decir, estos artículos representan a las microagresiones mediante el uso de objetos miniaturas de este carácter y el uso de caligramas visuales que dan forma a dichos artículos. Asimismo, ‘lo micro’ es representado por las heridas de sangre ocasionadas

por el uso de los objetos corto punzantes miniatura, a una persona común; es decir, el efecto o consecuencias del uso de microagresiones se visualizan a través de las heridas y cortes que se proyectan del uso magnificado de los artículos mencionados.

Público objetivo

- El *público objetivo* de la campaña fue definido como jóvenes entre 15 y 18 años del Distrito Metropolitano de Quito, porque son los jóvenes quienes usan más frecuentemente expresiones coloquiales, según las investigaciones planteadas previamente en el marco teórico. Dichas microagresiones son replicadas en cada uno de sus ámbitos sociales y de interrelación; además porque tienden a crear nuevas frases de uso cotidiano y dentro de estas se encuentran también las microagresiones verbales de género. Por dicho público objetivo planteado, es que se toman en cuenta a los estudiantes del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre en el Sur de la ciudad de Quito. Adicionalmente, tomamos en cuenta la inclusión parcial a diferentes actividades, que se detallarán posteriormente, de otras instituciones educativas; por ejemplo, la replicación de actividades BTL con los Bachilleratos del Colegio Federico Gauss; la participación, el evento y actividades de lanzamiento, de los estudiantes en Bachillerato de los Colegios Montebello Academy y Joel Osteen Academy; finalmente, durante los BTLs públicos se prioriza la interacción con jóvenes en este mismo rango de edades.
- El *público universitario* participa de diferentes actividades como charla informativa sobre la violencia verbal y BTL realizado con el objetivo de llegar a este rango de edades dentro de la juventud quiteña; es decir jóvenes entre 18 y 25 años.
- El *público en general* se lo incluye en todos los aspectos de actividades abiertas y con acceso libre. Este grupo de personas incluye personas dentro de los públicos jóvenes y

también aquellos que sobrepasan los 25 años. Se entiende la importancia de abarcar de manera al menos superficial para generar preguntas y curiosidad para saber de qué se trata la campaña y cómo la misma quiere cambiar y mejorar el comportamiento humano a través de la concientización de las M.V.G.

Producto comunicacional

Descripción y explicación

Amoricina 10mg, el primer comprimido oral inhibidor de discriminaciones y prejuicios. Este producto comunicacional es una representación simbólica de lo que se propone como una forma de solucionar el uso de microagresiones verbales de género.

Amoricina 10mg es un, delicioso caramelo artesanal ecuatoriano de sabores combinados en: sandía, fresa y manzana; su diseño posee los colores de la campaña y contiene diferentes características: composición cualitativa, indicaciones de uso, acción terapéutica y posibles efectos secundarios. Posología y etiqueta en Anexo C. Por tanto la:

1. Composición Cualitativa: Corresponde a Respetamol, Toleracilina, Consideramicina y Anti-Estereotipocina; esto quiere decir, incita al ejercicio del respeto, la tolerancia, la consideración y el no aplicar estereotipos.
2. Instrucciones de uso: Tomar una dosis cada vez que haya faltado el respeto a alguien mediante una frase derogatoria o insulto. En caso de repetir más de 3 veces al día frases o palabras discriminatorias, e recomienda tomar 3 dosis cada 8 horas. Esta característica permite al consumidor entender de qué maneras puede practicar la “composición cualitativa” en cuanto al respeto, la tolerancia, la consideración y el no aplicar estereotipos; y en qué forma se relacionan para evitar el uso de lenguaje cotidiano, discriminatorio y sexista.

3. Acción Terapéutica: Concientizante, visibilizador de la violencia verbal cotidiana. Para este aspecto, se da a conocer el efecto en la vida práctica a largo plazo que puede resultar del “consumo” y el “seguimiento de las indicaciones”.
4. Posibles Efectos Secundarios: Intolerancia a la violencia verbal y a la perpetuación de estereotipos mediante el lenguaje. Adicionalmente a la acción terapéutica del producto, se señalan los efectos secundarios para dar a entender la proyección positiva de las consecuencias positivas en cuanto al comportamiento y los principios que fomenta Amoricina 10mg.



Gráfico 3, Amoricina 10 mg

En relación al concepto:

De acuerdo al concepto de la campaña, de ‘lo micro’ a ‘lo macro,’ se produjo *Amoricina 10mg*. Siendo así, la composición médica encapsulada dentro de una pequeña pastilla, representa ‘lo micro.’ Como consecuencia, el consumo y seguimiento de las indicaciones de dicho medicamento representa el efecto en el cuerpo que consume Amoricina 10mg; es decir, ‘lo

macro' se entiende en la consecuencia del efecto médico a nivel individual y luego puesto en la práctica a nivel social.

Voceros

Papá Changó, agrupación ecuatoriana nacida en el año 2004 bajo la temática de “la música consiste en una fiesta” promueve la fusión de diversos ritmos modernos tales como: reggae, cumbia, hip hop, dance hall, rocksteady, salsa, latin jazz, y demás ritmos caribeños. Finalmente, este grupo musical ecuatoriano consiste en la unión de 11 integrantes que reúnen sus habilidades para producir un género musical contemporáneo conocido como reggae latino ecuatoriano. Consecuentemente, debido a su trayectoria de más de 10 años en el mercado musical, se consolidan como una de las bandas más importantes y representativas del Ecuador, con un alcance proyectado internacionalmente a través de su trabajo. (Papá Changó, 2015)

Según sus participaciones en cuanto a la representación de marcas como voceros, se destaca en particular su vínculo con Pepsi en el año 2014 a nivel nacional. Tomando en cuenta que son una agrupación con target de audiencia direccionada a jóvenes, es esencial conocer acerca de estas intervenciones en cuanto a la vocería que han llevado a cabo a lo largo de los años.

Por lo tanto, hemos escogido a Papá Changó como los voceros nuestra campaña por el alcance de su influencia en Redes Sociales y para mover a la juventud ecuatoriana; lo cual conforma nuestro público objetivo. Dentro de sus contribuciones destacamos aquellas que consisten en promover y apoyar nuestra campaña a través del establecimiento público de su apoyo a través de un video promocional sobre la campaña.



Gráfico 4, Papá Changó- voceros



Gráfico 5, Papá Changó- Video de apoyo

Encuestas iniciales

Para entender el contexto sobre el cual estaremos trabajando a través de las diversas actividades de la campaña, se realizó una encuesta inicial que permitió determinar datos acerca de la

percepción y conocimiento de nuestro público objetivo sobre las Microagresiones Verbales de Género. (Encuesta Anexo D).

Total de encuestas realizadas: 70.

Fecha y Lugar: Las encuestas iniciales se realizaron el lunes 13 de marzo del 2017 en el Colegio Técnico Sucre

Participantes: Grupo objetivo de 55 jóvenes y un total de 15 docentes del Bachillerato Internacional de este colegio.

Detalle de encuesta: La encuesta constaba de 10 preguntas cerradas y una abierta.

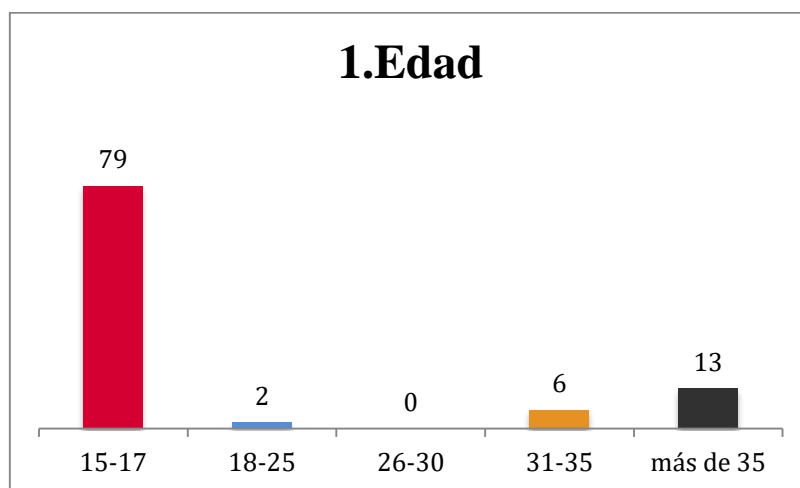


Figura 38, p.1 encuestas iniciales

La edad principal de los encuestados va justo en el rango del público objetivo definido para la campaña. Las edades de 31 a 35 y más de 35 representan el porcentaje de docentes encuestados.

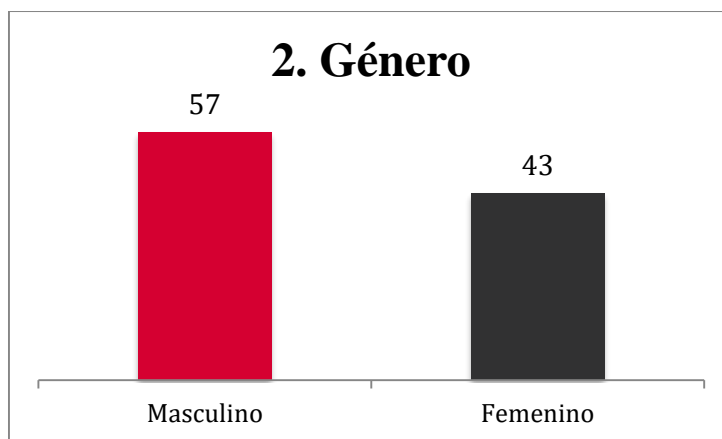


Figura 39, p.2 encuestas iniciales

Dentro del Bachillerato Internacional del Colegio Sucre a nivel de estudiantes existe un mayor porcentaje de hombres que mujeres, mientras que a nivel de docentes existen más mujeres que hombres. Los porcentajes reflejan que fueron encuestados 57% de hombres y 42% de mujeres.

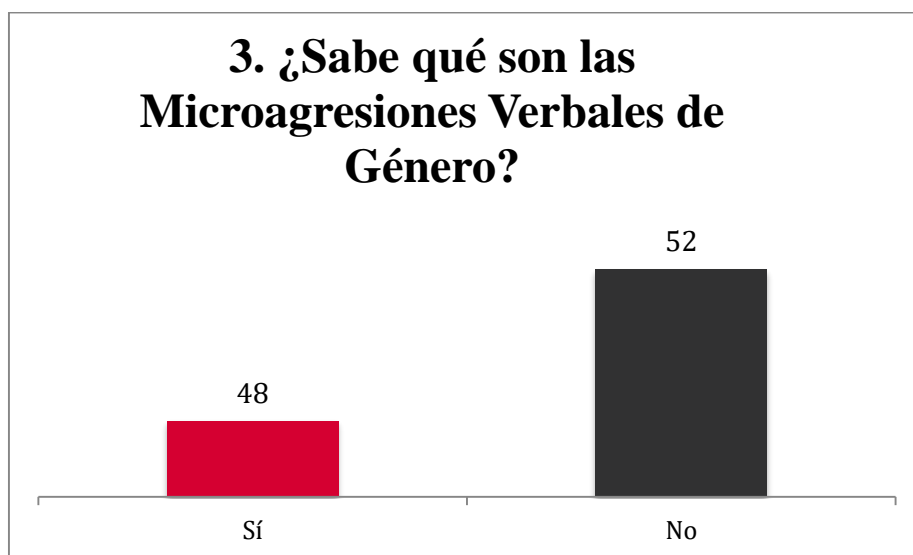


Figura 40, p.3 encuestas iniciales

Los datos reflejan que el público objetivo NO conoce que son las Microagresiones Verbales de Género con un 52%, mientras que el 48% restante dice si conocer este concepto. Lo cual demuestra la importancia de dar a conocer el concepto en este público.

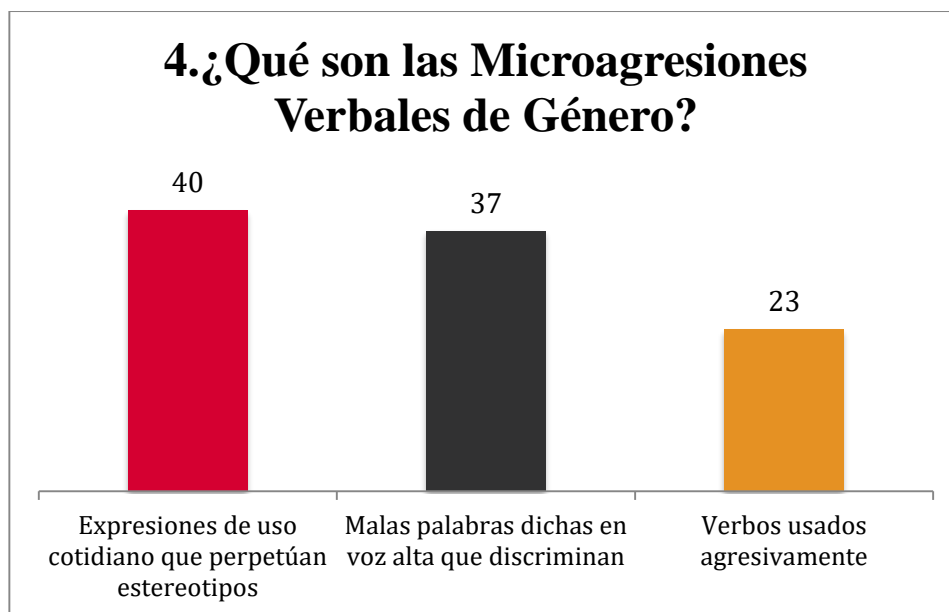


Figura 41, p.4 encuestas iniciales

El 40% de los encuestados señaló como definición de Microagresiones Verbales de Género la opción correcta, sin embargo, un 37% dijo que eran malas palabras dichas en voz alta que discriminan y un 23% dijo que eran verbos usados agresivamente. Esto demuestra que existe una mala interpretación de lo que es este tipo de violencia verbal.

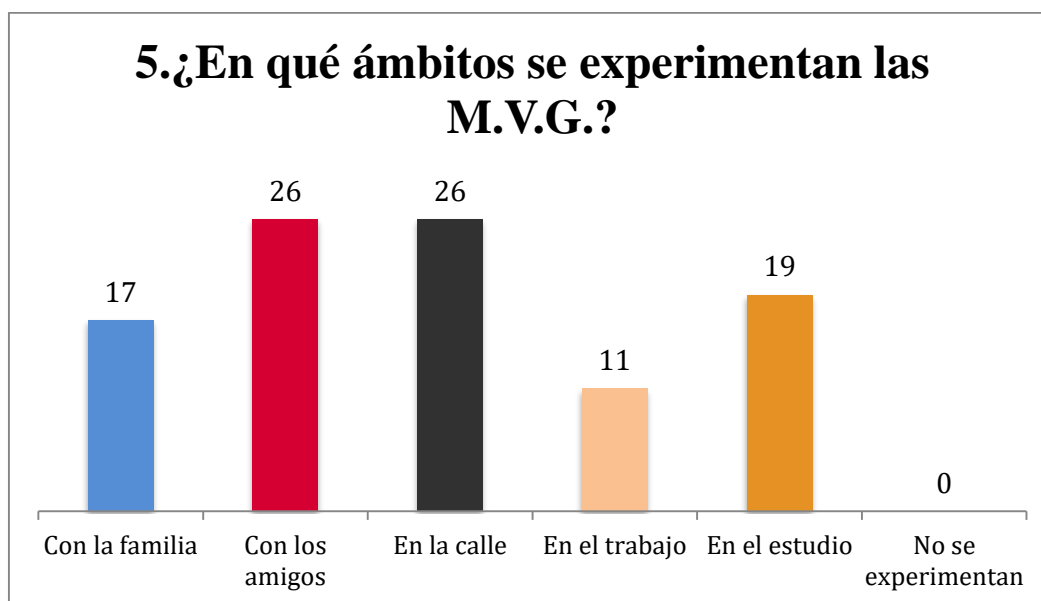


Figura 42, p.5 encuestas iniciales

Los encuestados dicen que los ámbitos más comunes donde se experimentan las Microagresiones Verbales de Género son con los amigos (26%) y en la calle (26%), seguido por el ámbito escolar (19%) y familiar (17%), por último ámbito laboral (11%). Estos datos develan que a pesar de no saber a profundidad lo que son las Microagresiones Verbales de Género afirman que estas existen en varios ámbitos y es importante destacar que nadie dice que no se experimenta esta forma de micro-violencia.

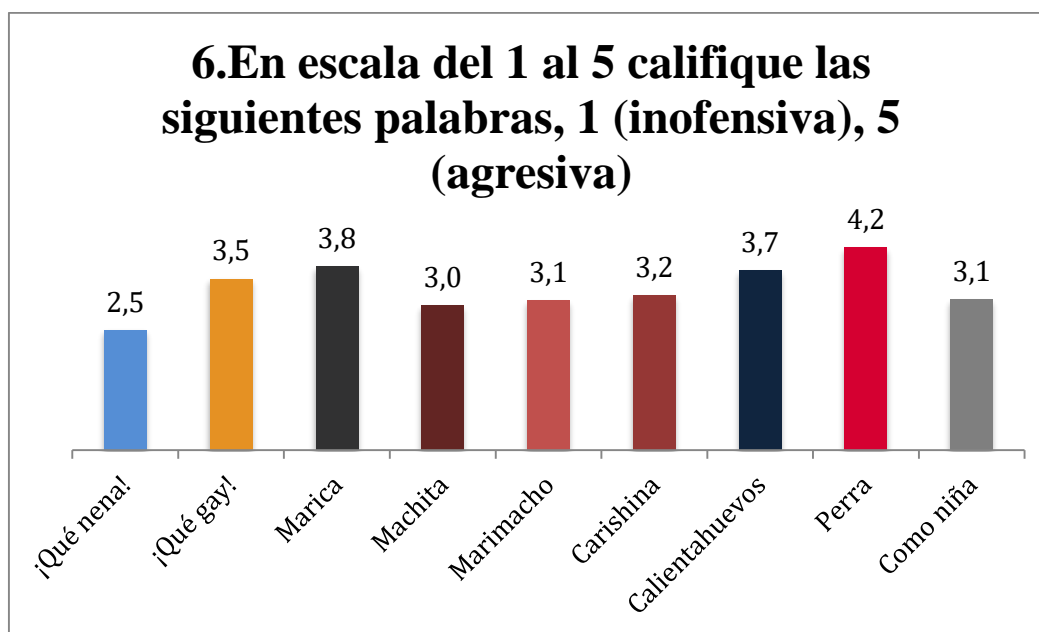


Figura 43, p.6 encuestas iniciales

En esta pregunta debían calificar según rango de agresividad a las microagresiones, los datos están expresados en promedio; para el análisis serán ordenadas en orden ascendente desde inofensivas hasta agraviantes. *¡Qué nena!* (2,5), *Machita* (3,0), *Marimacho* y *Como niña* (3,1), *Carishina* (3,2), *¡Qué gay!* (3,5), *Calientahuevos* (3,7), *Marica* (3,8) y *Perra* (4,2). Según estos resultados podemos ver que las palabras usadas más evidentemente como insultos tienen mayor concepción de agresividad que las demás.

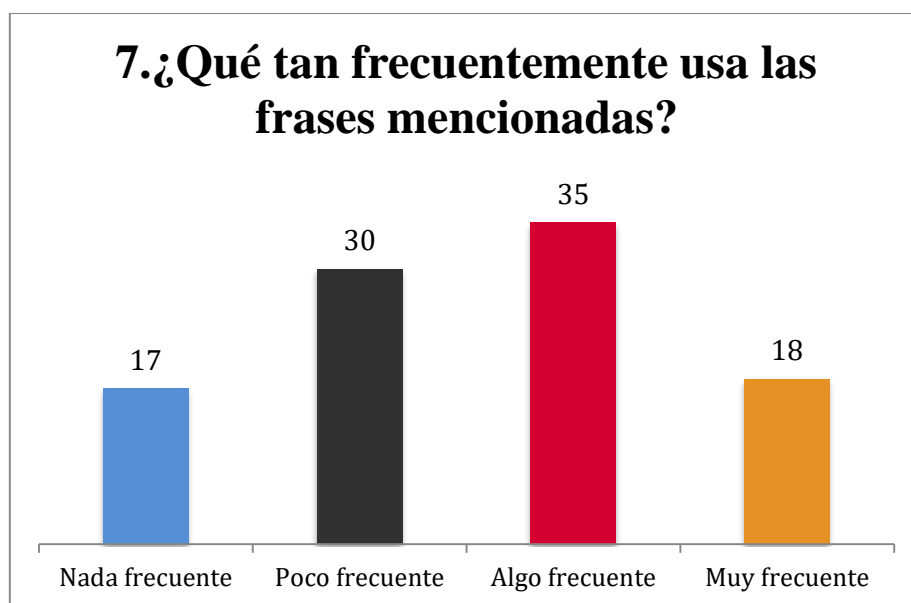


Figura 44, p.7 encuestas iniciales

La mayor parte de los encuestados (35%) dice usar microagresiones “algo frecuentemente”, el 30% dice usarlas poco frecuentemente, un 18% dice usarlas de manera muy frecuente y el 17% restante dice no usar frecuentemente microagresiones. Estos datos son relevantes ya que demuestran que un alto porcentaje del público objetivo sí hace uso de microagresiones.

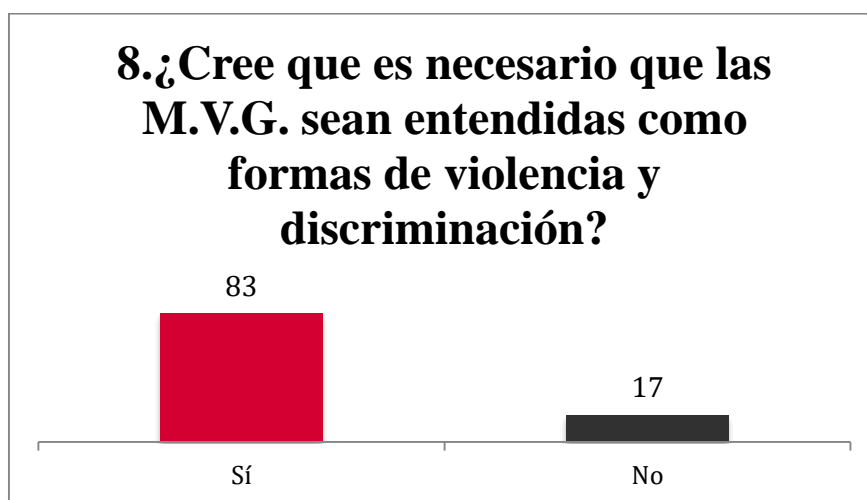


Figura 45, p.8 encuestas iniciales

El 83% de los encuestados cree que sí se deben reconocer a las M.V.G como formas de violencia y discriminación lo cual es un porcentaje representativo para la ejecución de la campaña. No obstante, hay un 17% que no cree que las microagresiones deban ser tomadas como forma de violencia.

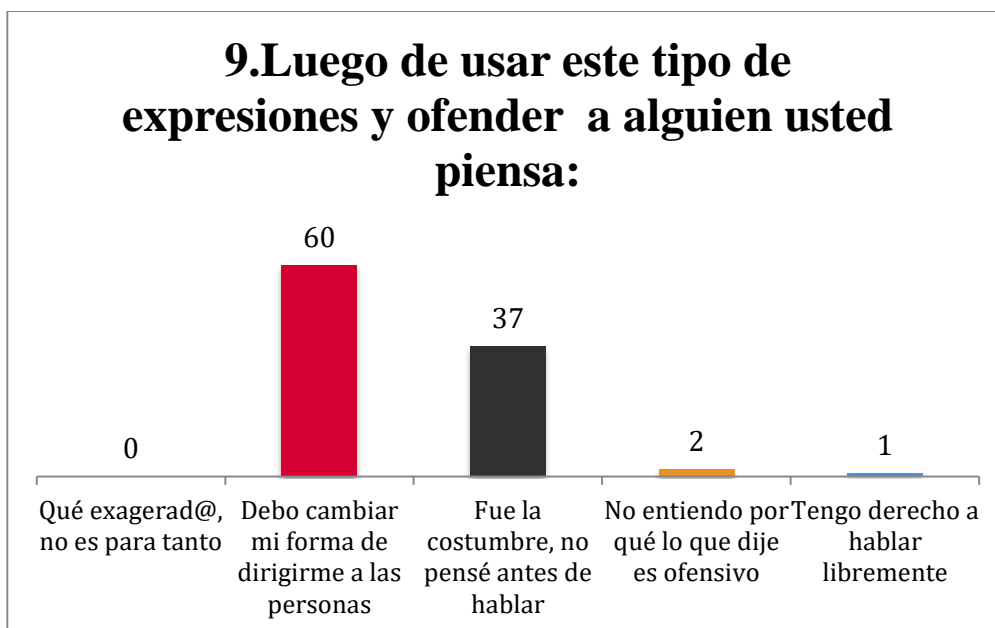


Figura 46, p.9 encuestas iniciales

El 60% de los encuestados dice que luego de agredir a alguien con este tipo de agresión verbal piensa en cambiar su manera de dirigirse a las otras persona, un 37% afirma que esta acción se debe a la costumbre y a hablar sin pensar, un 2% dice no entender por qué razón estas palabras son ofensivas y el 1% dice tener derecho a expresarse libremente. El 60% dispuesto a crear un cambio en su forma de dirigirse a las personas da un buen indicio a la campaña.

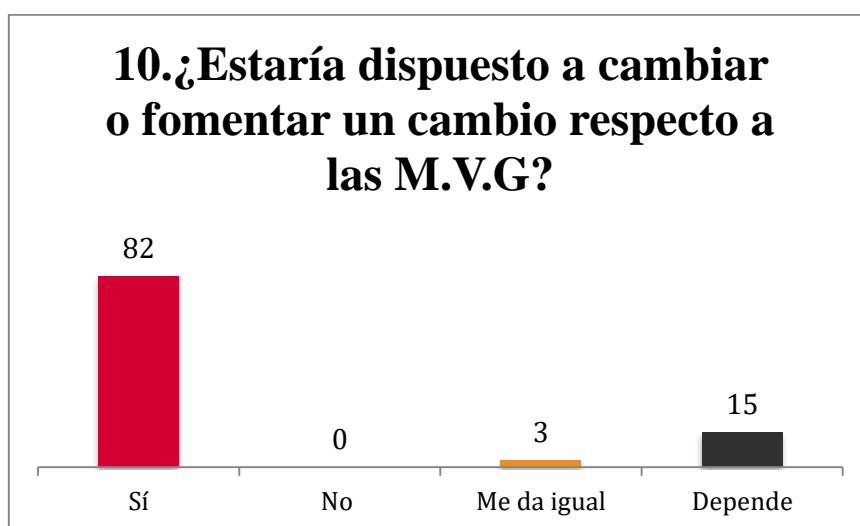


Figura 47, p.10 encuestas iniciales

El 82% dice estar dispuesto a crear un cambio respecto a las M.V.G. y su uso cotidiano, así también un 15% dice que depende la circunstancia en la cual se encuentre la persona para

realizar o no un cambio y al 3% le da igual el tema. El 82% dispuesta a cambiar es un indicador positivo para la ejecución de la campaña.

Preguntas abiertas: la pregunta abierta era el por qué de la pregunta 10 a lo que la mayoría de personas que respondieron sí decían porque las palabras les habían causado daño y sentían que si debían ser consideradas violencia para que la gente tome conciencia que todos merecen respeto. Quienes respondieron depende dijeron que depende de en que circunstancias se den estas microagresiones ya que en momentos de profunda ira es difícil contenerse. A quienes les da igual afirmaron que estas palabras no les parecían relevantes y si mostraban resistencia quizá tendrían mayores problemas.

Video explicativo

- El video explicativo es la recopilación de todos los escenarios en los que ocurren las microagresiones verbales de género en la vida cotidiana; para esto realiza una metáfora comparativa entre las manchas en la ropa y las microagresiones puestas en práctica.
- *De lo micro a lo macro:* Este ámbito se conoce debido a la explicación tangible acerca del concepto general de la campaña.



ACTIVIDADES DE LA CAMPAÑA

Gráfico 6, Video Explicativo

1. Evento de lanzamiento

Consecución de Objetivo: Generar expectativa en torno al tema de las Microagresiones Verbales de Género, involucrando a varios colegios de la ciudad para que la campaña tenga mayor alcance en el público objetivo.

Lugar: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Fecha: Jueves 16 de Marzo 2017

Hora: 17h30 a 20h00

El evento de lanzamiento de la campaña Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos se llevó a cabo luego de un mes de organización y constante colaboración entre las coordinadoras de la campaña, La Comunidad para el Desarrollo Humano y el apoyo incondicional de los chicos del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre; previo al evento se preparó todo el material logístico, se escribió el programa del evento, se prepararon los números especiales y se enviaron distintas invitaciones tanto a colegios públicos como particulares, de igual manera fue invitado el Ministro de Educación y varios representantes de las organizaciones que forman parte del Espacio No Violento.

El evento tuvo una gran acogida por parte de los invitados, el auditorio para 80 personas se llenó por completo, incluso hubo gente sentada en el suelo. Asistió un representante del Ministerio de Educación, representantes del Colegio Técnico Sucre, Colegio Federico Gauss, Colegio Joel Osteen, Colegio Montebello Academy, Nelsy Lizarazo, coordinadora general del Espacio No Violento, periodistas de *Pressenza*, representantes de Fundación Esquel y de La Comunidad para el Desarrollo Humano.

Al llegar al evento cada asistente fue recibido con una novedosa bienvenida parte de una activación BTL de inicio; cada asistente debía decir su nombre a los chicos encargados de la entrada quienes entregaban un globo con el nombre de la persona y decían “Hola, *nombre de*

la persona, esta es tu vida. ¡Cuidala!”), posteriormente la persona debía pasar a través de varias cortinas de telas con microagresiones escritas y caminar por un camino de chicos con caretas de emojis quienes repetían al unísono microagresiones como: carishina, mandarina, machona; más adelante el globo era marcado por uno de estos chicos y arrebatado de las manos del asistente.

El evento inició con un estruendo de globos reventados y una breve explicación de la analogía entre el globo, la vida de la persona y las marcas que causan las palabras. Esta actividad de inicio se asocia con el concepto de lo micro a lo macro, empezando desde una mancha pequeña en el globo de la persona (que representaba su vida), hasta un estruendo grande que representa el macroimpacto de las microagresiones. Luego se brindó una introducción sobre La Comunidad para el Desarrollo Humano, seguido por una contextualización general de la violencia gracias a la intervención de Humberto Salazar coordinador general de Fundación Esquel con su charla “*La Violencia: Un Mal a ser Erradicado*” brindando una visión macro de la violencia..

Consiguientemente Eddison Castro brindó una increíble intervención musical con el lanzamiento oficial de la canción de la campaña *Voces del Alma*, así más adelante inició la presentación oficial y lanzamiento de video promocional de la campaña Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos a cargo de Andrea Ortiz y Nicole Tejada. Más adelante, se dio paso a los testimonios reales de microagresiones, para así mostrar de manera más cercana a los jóvenes cuánto pueden afectar las palabras a la vida de una persona, el nivel aparentemente pequeño de las agresiones que se vuelve grande en el marco social.

Finalmente, se dio un mensaje final y una intervención artística por parte de los chicos del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre; al salir los asistente podían adquirir nuestro producto comunicacional *Amoricina, 10 mg* y se entregaron flyers en forma de

manchas con información básica de microagresiones y sobre las redes sociales de la campaña. Afiche de invitación y más fotos adjuntas en Anexo F.

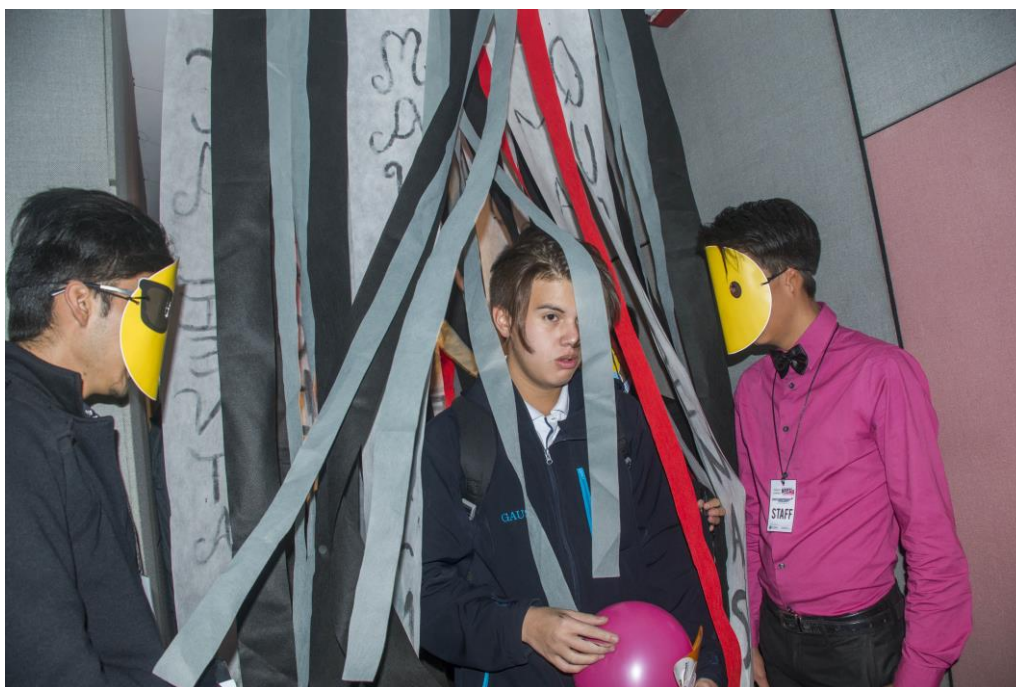


Gráfico 7, Evento de Lanzamiento entrada



Gráfico 8, Público evento de lanzamiento



Gráfico 9, Intervención artística evento de lanzamiento



Gráfico 10, Organizadores evento de lanzamiento

2. Talleres, charlas

Consecución de Objetivo: Educomunicar a la comunidad estudiantil del Colegio Técnico Sucre sobre las microagresiones verbales de género y así incentivar en los mismos la creación de discusiones/ posibles soluciones sobre el impacto que las palabras (expresiones derogatorias, insultos) tienen sobre los demás.

Taller 1: Inducción introductoria a las Microagresiones Verbales de Género

Lugar: Espacio No Violento

Fecha: Viernes 17 de Febrero, 2017

Hora: 15h00 a 16h00

El primer taller fue dictado por Nicole Tejada y Andrea Ortiz creadoras y coordinadoras de la campaña, además se llevó a cabo bajo la supervisión de Jacqueline Verdesoto, directora general de La Comunidad para el Desarrollo Humano. Se brindó a los chicos asistentes (estudiantes del Bachillerato Internacional, del Colegio Técnico Sucre) un contexto teórico y social de las Microagresiones Verbales de Género; además de contarles cuáles serían los objetivos y planes que estaban planteados para la campaña. Se creó una discusión y dinámica en torno a cuáles de las microagresiones, que se habían tomado como ejemplo en base al sustento teórico inicial, habían sido escuchadas o usadas por ellos. Inmediatamente se notaba el involucramiento e interés de estos jóvenes con la campaña de la cual estaban contentos de ser parte.

- La metodología usada se alinea al concepto de lo micro a lo macro, debido a que primero se exploraron a las palabras como tales; es decir, la simple costumbre de decir palabras derogatorias sin necesariamente pensar en las connotaciones por detrás.

Posteriormente, se determinaron las consecuencias a largo plazo y lo que implicaba el uso periódico de las mismas, es decir, los resultados magnificados.

- Así posteriormente surgió el tema del evento de lanzamiento de la campaña que se dio después de este taller; que gracias al apoyo y aporte de ideas creativas de estos chicos fue un éxito.



Gráfico 11, Taller 1- explicación



Gráfico 12, Taller 1, idea campaña



Gráfico 13, Taller 1 Chicos B.I.

Taller 2: Taller Microagresiones-Macroimpactos: una introspección reflexiva

Lugar: Colegio Técnico Sucre

Fecha: Miércoles 5 de Abril, 2017

Hora: 10h00 a 13h00

Este taller tuvo como asistentes a 14 profesores de Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre, es importante recalcar que es capacitación fue relevante debido al interés que tienen estos maestros respecto a los contenidos y asuntos sociales en los cuales están involucrados sus alumnos. Adicionalmente, consideramos que nuestro público objetivo debe ser abarcado de manera integral; es decir tomar en cuenta todos los ambientes por los cuales se desarrollan, aprenden e implementan sus conocimientos.

El taller se llevó a cabo gracias a la colaboración del antropólogo Rodrigo Muñoz quien luego de haber revisado el sustento teórico de la campaña, la temática *de lo micro a lo macro* y partiendo de sus propios conocimientos e investigaciones creó un contenido didáctico e

interesante acorde a las necesidades de los maestros. “Una introspección reflexiva” inició con un contexto general de la campaña explicado por Nicole Tejada y Andrea Ortiz, luego una explicación general por parte de Jacqueline Verdesoto sobre los proyectos que realiza La Comunidad para el Desarrollo Humano y cómo el taller se enmarca dentro de los Consejos Permanentes por la Noviolencia Activa.

Más adelante Rodrigo prosiguió a presentarse y contar la relevancia del tema dentro del ámbito educativo resaltando la importancia de conocer acerca de Microagresiones Verbales de Género al ser docentes y estar en constante contacto con jóvenes que han sido definidos como el público objetivo de la campaña. Así se dio paso a la primera actividad didáctica en la cual cada uno de los docentes debía dibujarse a sí mismo en una cartulina, para crear conciencia individual dentro de una sociedad (partiendo del concepto de lo micro a lo macro); luego, debían pensar o escribir alguna microagresión que habían recibido; posteriormente, en otra cartulina escribir cuáles fueron sus sentimientos ante esta situación. En esta parte Rodrigo preguntaba a qué se debieron cada uno de sus sentimientos y los maestros brindaban respuestas individuales que variaban entre los siguientes patrones: indiferencia, pensar que no es importante, ira, rabia y dolor.

Posteriormente, se entregaron nuevas cartulinas donde cada maestro debía escribir la razón por la cual fue víctima de este tipo de microviolencia, y cuál fue su reacción puntual ante dicha situación. En esta parte se pudo analizar las distintas circunstancias en las cuales de forma diferente tanto hombres como mujeres habían sido víctimas de microagresiones, el ámbito más común era el familiar. Para las mujeres, las microagresiones más comunes habían sido ‘carishina’, ‘marimacho’, ‘vestida así pareces perra’ y se habían dado en contextos familiares porque no salió bien la comida o porque a la pareja no le agradó cierta ropa. Por otro lado para hombres, la microagresión más común fue mandarina, por realizar los quehaceres del hogar o dejar de frecuentar a los amigos.

Cada una de las cartulinas fue pegada en un pizarrón donde todos los maestros debieron acercarse y analizar las reacciones de sus compañeros. Adicionalmente, cada uno debía dar su opinión respecto a su propia reflexión y la de sus compañeros. Un comentario relevante fue el del maestro Víctor de Filosofía, cuya visión personal se mostraba resistente ante las microagresiones como una forma de violencia, ya que según su criterio este tipo de cosas afectan a quienes no tienen personalidades bien formadas; por otro lado, la maestra Sandra de Historia, quien contó la impresión que había tenido luego de haber visto que los hombres también se sentían dolidos y agredidos por las microagresiones; algo que para ella no le parecía real antes de este taller. Finalmente, todos contaron sus experiencias y opiniones individuales sobre las microagresiones verbales de género, y cómo partiendo de sus experiencias individuales se crean efectos colectivos. (Más fotografías: Anexo G)



Gráfico 14, Taller 2- docentes B.I.



Gráfico 15, Taller 2- Rodrigo Muñoz y maestros B.I.



Gráfico 16, Taller 2- Profesores B.I.



Gráfico 17, Taller 2- Docentes

Charla USFQ: Violencia Verbal “El Macroimpacto de las Microagresiones”

Lugar: Aula Magna Da Vinci 128- Universidad San Francisco de Quito

Fecha: Miércoles 5 de Abril, 2017

Hora: 17h30 a 18h30

Esta charla fue dictada por Santiago Castellanos, Decano del Colegio de Comunicación y Artes contemporáneos de la USFQ junto con Humberto Salazar, Coordinador General de Fundación Esquel. De igual forma la ponencia fue transmitida en vivo a través de la página oficial de Fundación Esquel. Se inició con el concepto macro de los discursos binarios de género y jerarquización de lo femenino o feminizado en segundo lugar en comparación a lo masculino o masculinizado como en primer lugar. Adicionalmente, se dio a conocer el contexto cultural de la performatividad de género a través de las acciones validadas por la sociedad como innato a las mujeres o al los hombres. Por otro lado, se notó que los sistemas de sexo-género son diversos de acuerdo a la construcción de diferentes culturas o en la misma cultura desde diferentes épocas de la misma. construida. Por último se ancló este contexto comunicacional y cultural a las microagresiones verbales de género a través de los Actos de Habla en el género y lenguaje; determinados así como enunciados descriptivos y prescriptivos. Consecuencia de la prescripción de comportamientos, emergen los contextos de normalización de las microagresiones: contextos sutiles, disfrazadas bromas o burlas, espacios disponibles para lo masculino y lo femenino en la sociedad.

- *Lo micro a lo macro* se dio en cuanto a la exploración de los contextos invisibilizados y normalizados, además de la normalización de las microagresiones en la sociedad cultural .

(Más fotos y afiches, Anexo H).



Gráfico 18, Charla USFQ- Santiago Castellanos



Gráfico 19, Charla USFQ- Andrea y Nicole



Gráfico 20, Charla USFQ- Humberto Salazar

Taller 3: Taller efectos individuales y sociales del uso de microagresiones

Lugar: Salón Azul- Universidad San Francisco de Quito

Fecha: Sábado 8 de Abril, 2017

Hora: 8h30 a 14h00

El taller contó con la asistencia de 54 estudiantes del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre a quienes se les había realizado la encuesta inicial. Fue dictado por el antropólogo Rodrigo Muñoz, quien a partir del sustento teórico de la campaña y el trabajo con los docentes creó un plan de taller adaptado para jóvenes con contenidos interactivos y didácticos. Primero, se realizó una dinámica en parejas durante la cual cada chico debía guiar a otro con los ojos cerrados a través del salón y luego intercambiaban los roles, aquí los chicos hacían que sus compañeros vayan por el camino libre de obstáculos o los hacían chocarse contra otros; dentro de esta dinámica se daba un enfoque sobre el efecto que tienen las acciones sobre las otras personas y como estas replican la misma acción inmediatamente, o deciden seguir correctamente las reglas; se asocia con la microagresión porque al ser un hecho tan pequeño como guiar bien o mal a alguien con los ojos cerrados tiene un efecto instantáneo más grande sobre esta persona y la forma de tratar al otro.

En segundo lugar se realizó la dinámica “Es un gato, es un ratón” en la cual los chicos formaron un gran círculo y partiendo desde Rodrigo para el lado derecho e izquierdo se pasaban un objeto y al entregarlo cada persona debía preguntar ¿Qué es esto? a lo cual la persona que le entregó debía preguntarle a la persona de al lado sucesivamente hasta llegar a Rodrigo quien respondía “es un gato” o “es un ratón” y el mensaje se devolvía a quién preguntó; posteriormente las palabras “es un gato”, “es un ratón” fueron sustituidas por microagresiones como carishina, mandarina y marimacho. A través de esta dinámica se mantenía el concepto de lo micro como entre dos personas que intercambiaban un mensaje y su efecto macro como

cuando todos los del círculo debían repetir la palabra, así se volvía evidente el efecto que una palabra pequeña tiene sobre la sociedad.

En tercer lugar, se formaron subgrupos de 10 personas, a cada grupo se le entregaba un papelote donde debían escribir todas las microagresiones que habían usado, escuchado o dicho y alrededor pegar papeles con sus sentimientos, acciones y reacciones individuales. Actividad asociada al concepto del macroimpacto que se da en la sociedad por estas microagresiones y como afecta de forma diferente a cada individuo.

Algunas de las microagresiones relevantes que se detectaron como insights de estos jóvenes mediante esta actividad fueron: soplapollas, patria (ya es de todos), grilla, chulla bola, changa postiza, “con esas nalgas de melón y mi plátano hagamos una ensalada”. Las reacciones más comunes que escribieron los chicos fueron: silencio, violencia física, insultar de forma agravante, entre otras. Los sentimientos que les causaron estas palabras fueron: ira, tristeza, impotencia, vergüenza. Y los efectos sobre su vida individual y social varían desde: sin efecto, hasta “causó graves daños a mi autoestima”. Posteriormente los chicos brindaron sus opiniones y reflexiones respecto a la actividad y cuán relevante creían que era tratar este tema; durante esta reflexión habían varios chicos que se portaron resistentes a tomar a las microagresiones como formas de violencia, mientras que por otro lado la mayoría de jóvenes dijeron estar de acuerdo con visibilizar a estas palabras y expresiones como una forma de violencia y discriminación.

En cuarto lugar, se realizó la actividad de la silla humana, la cual consiste en ubicarse a forma de círculo unos junto a otros y coordinarse de tal manera que al sentarse todos en las piernas del de atrás se produzca un equilibrio perfecto y nadie se caiga. Luego de un par de intentos lograron el objetivo final de la actividad demostrando así desde el enfoque micro que si cada uno cumple su función individual generará un bienestar común macro. Finalmente se entregó un refrigerio y se dio por concluido el taller. (Más fotos en Anexo I).



Gráfico 21, Taller 3- Chicos B.I.



Gráfico 22, Taller 3



Gráfico 23, Taller 3 - papelotes, microagresiones

3. Evento de recaudación de fondos, Un Cine que Marca: Película "Billy Elliot"

Lugar: Hayek 104

Fecha: 22 de Abril, 2017

Hora: 17h00-19h00

Donación sugerida: \$5

Consecución de Objetivo específico: Ejemplificar los ámbitos y entornos en donde se manifiesta el uso cotidiano de los microinsultos y expresiones derogatorias y el efecto que se desprenden de su uso.

- Para la consecución de este evento se pensó en la importancia de entender a las microagresiones en contextos reales en los cuales se puede producir daño o ‘marcas’ para siempre o a largo plazo. Desta manera surge ‘Un Cine Que Marca,’ adherido al eje temático del concepto; es decir de *lo micro a lo macro* y en cuanto al uso de las ‘marcas’ físicas para relacionarse con las ‘marcas’ que producen las microagresiones en la vida de las personas.
- Se realizó una invitación que dé a entender dicho concepto a través de la proyección de la película Billy Elliot. *Los estereotipos de género pueden marcar nuestras vidas por completo.... Las microagresiones son una forma de perpetuar estos estereotipos y de condicionar nuestra personalidad, sueños y metas, a través de los prejuicios sociales. Como cuando a una mujer se la tacha de "machona" por dedicarse a deportes como el fútbol, boxeo, entre otros. O bien en las carreras universitarias en las que un hombre no es "bien varón" si su pasión es el diseño de moda o el ballet. Hoy queremos Transformar La Norma para dar un giro a todos estos prejuicios e ideas sexistas y*

reconocer que las Microagresiones también generan Macroimpactos. Les invitamos a ser parte de “Un Cine que Marca“, donde se proyectará la película Billy Elliot, una producción cinematográfica excepcional que nos incita a reconocer el impacto de los prejuicios sexistas y nos mueve a romper con los mismos.

- Por otro lado, el concepto de la campaña también se ha reflejado en el contenido de esta película, ya que visita problemáticas de roles de género plasmados a través del lenguaje discriminatorio y las microagresiones en su efecto a largo plazo. La historia cuenta acerca de la vida de un niño que descubre su pasión de ser balletista en medio de los prejuicios de sus familiares y amigos frente a lo que ‘es de maricas’ y o que ‘es de verdaderos hombres.’ Este concepto que parece ser simple e inofensivo se ve proyectado a un contexto macro al ser una muy importante opinión que impide que él pueda cumplir con sus sueños y metas personales con respecto al ballet. (Anexo J, fotos y afiche).

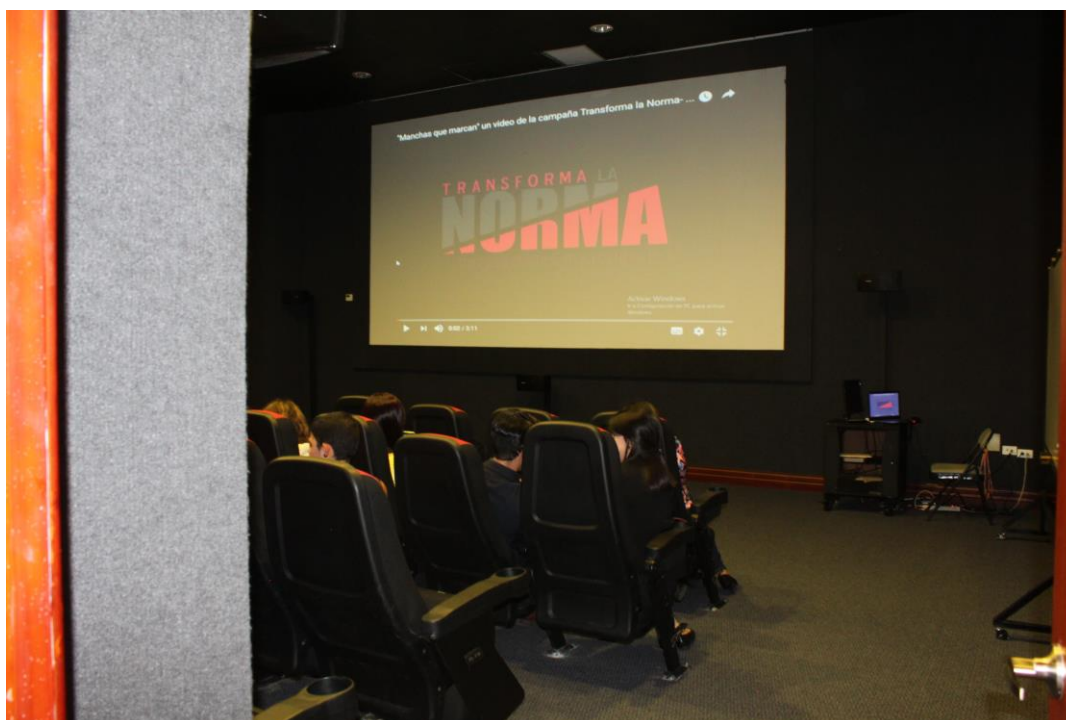


Gráfico 24, Evento de recaudación de fondos- Un Cine que Marca



Gráfico 25, Un cine que marca- asistentes



Gráfico 26, Un cine que marca- Andrea y Nicole



Gráfico 27, Un cine que marca: Billy Elliot

4. BTLs

Consecución de Objetivo: Visibilizar de una manera interactiva y original los impactos psicológicos y sociales que produce el sesgo inconsciente asociado a las expresiones derogatorias de género a través de activaciones BTL.

BTL Colegio Técnico Sucre

Lugar: Patio Colegio Técnico Sucre

Fecha: Miércoles 12 de Abril, 2017

Hora: 11h00-12h00

En este público constan jóvenes entre 15 y 18 años los cuales pertenecen al Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre; es decir, el público objetivo de esta campaña. Se realizó en los horarios de receso para cada grupo estudiantil y en el patio central del colegio técnico Sucre. Su interacción fue sumamente positiva frente al conocimiento de lo que quería decir cada activación de BTL; fue evidente la curiosidad que tenían para conocer las motivaciones y razones por las cuales se realizaba dicha actividad. En cuanto a esta reacción fue posible invitar a los estudiantes a ser parte la campaña en redes sociales y a conocer el significado de las microagresiones a través de la entrega de un flyer con la definición, redes sociales y un arte respecto al concepto *de lo micro a lo macro*.

(Más fotografías Anexo K)



Gráfico 28, BTL Colegio Sucre, lastimados



Gráfico 29, BTL Colegio Sucre- manchas



Gráfico 30, BTL Sucre- lupa lastimados

BTL Colegio Federico Gauss

Lugar: Patio Colegio Federico Gauss

Fecha: Miércoles 12 de Abril, 2017

Hora: 13h00-13h30

En este público constan jóvenes entre 15 y 18 años los cuales pertenecen al Bachillerato del Colegio Federico Gauss; es decir, el público objetivo de esta campaña. Se realizó en los horarios de receso para cada grupo estudiantil y en el patio central del mismo. La participación de los mismos fue incluida porque son parte de las instituciones con las cuales se desarrolla el “Proyecto de Consejos Permanentes por la NoViolencia Activa.” Su interacción fue dispersa y resultó más difícil ya que el público se notó más distraído en su disposición para interactuar con los escenarios del BTL. Sin embargo, sus reacciones y testimonios evidencian que sus experiencias personales también toman en cuenta a las microagresiones en sus interacciones cotidianas. En cuanto a esta reacción fue posible invitar a los estudiantes a ser parte de la campaña en redes sociales y a conocer el significado de las microagresiones a través de la entrega de un flyer con la definición, redes sociales y un arte respecto al concepto *de lo micro a lo macro*. (Más fotografías Anexo L)



Gráfico 31, BTL- Federico Gauss, lastimados



Gráfico 32, Gauss BTL lastimados



Gráfico 33, BTL Gauss manchas



Gráfico 34, BTL Gauss lastimados

BTL Universidad San Francisco de Quito**Lugar:** Leones USFQ**Fecha:** Miércoles 19 de Abril, 2017**Hora:** 12h00-14h00

En este público constan jóvenes entre 18 y 25 años, además de algunos profesores en edades diversas. El público es universitario y se realizó en los horarios de almuerzo para esta comunidad y en la entrada al hall principal (Leones) de la USFQ. Su interacción fue sumamente positiva frente al conocimiento de lo que quería decir cada activación de BTL; fue evidente la curiosidad que tenían para conocer las motivaciones y razones por las cuales se realizaba dicha actividad. En cuanto a esta reacción fue posible invitar a los estudiantes a ser parte la campaña en redes sociales, recoger testimonios y a conocer el significado de las microagresiones a través de la entrega de un flyer con la definición, redes sociales y un arte respecto al concepto *de lo micro a lo macro*.

(Más fotografías en Anexo M)



Gráfico 35, BTL USFQ, lastimados



Gráfico 36, BTL USFQ manchas



Gráfico 37, BTL USFQ manchas en maniqués

BTL Centro Comercial El Recreo

Lugar: Acceso 3

Fecha: Miércoles 19 de Abril, 2017

Hora: 15h00-16h30

En este BTL consta un público general, pero en su mayoría tuvimos a jóvenes de colegio. Este lugar fue seleccionado de acuerdo a la ubicación geográfica que se encontraba en el mismo sector en el que se ubica el Colegio Técnico Sucre; es decir, nuestro público objetivo. Fue importante localizarnos de esta forma, para ser coherentes con el desarrollo de la campaña frente a un target de audiencia. Se realizó en los horarios de salida de las ocupaciones diarias en cuanto a estudio y trabajo. Su interacción fue positiva frente al conocimiento de lo que quería decir cada activación de BTL; fue evidente la curiosidad que tenían para conocer las motivaciones y razones por las cuales se realizaba dicha actividad. En cuanto a un dato importante que llamo la atención fue el comentario de una seóra madre de familia en sus 50's que comentaba: 'A mi marido debería traerle a que aprenda esto;' Dicho comentario evidencia la necesidad de expansión en el target y el direccionamiento táctico también hacia grupos de personas en otros rangos de edades. En cuanto a esta reacción fue posible invitar a los estudiantes a ser parte la campaña en redes sociales y a conocer el significado de las microagresiones a través de la entrega de un flyer con la definición, redes sociales y un arte respecto al concepto *de lo micro a lo macro*. (Más fotos Anexo N)



Gráfico 38, BTL C.C. El Recreo, lastimados



Gráfico 39, BTL C.C. El Recreo, manchas



Gráfico 40, BTL C.C. El Recreo manchas- carishina



Gráfico 41, BTL C.C. El Recreo

Descripción general de los cuatro BTLs realizados: A través de estas activaciones de BTL se intenta tangibilizar a las microagresiones de una manera interactiva, dinámica y creativa. El planteamiento surge del mismo concepto temático de la campaña; es decir, de ‘lo micro’ a ‘lo macro.’ En cada una de las cuatro locaciones listadas en la parte superior, se llevó a cabo la misma dinámica que a continuación se describe.

1. El primer escenario que se armó fue el que retrata el concepto de manchas y su permanencia en la ropa. Para este caso se adquirió 4 maniqués sin ropa, representando la vulnerabilidad de las personas frente a situaciones de violencia verbal. Cada uno de estos maniqués poseían un traje que cubría el anterior y posterior de los cuerpos; por medio de dos cartones con un diseño digital de ropa con manchas plasmadas en la misma. De cada una de las manchas, se despliegan diferentes microagresiones, microinsultos y palabras derogatorias, en un diseño de acordeón en 3D. Finalmente, en sus rostros se colocó una máscara con caras de emojis que representan diferentes emociones y estados de ánimo, pero los rostros permanecían escondidos. Cada persona podía acercarse y participar mediante la exploración de cada una de las manchas con desplegables para revelar las microagresiones que los causaron.
 - *De lo micro a lo macro:* Lo micro fue representado desde la colocación de manchas planas y que aparentemente no causan mayor daño. Lo macro, fue entendido desde el despliegue del acordeón en 3D para denotar la microagresión que causó la pequeña mancha. En consecuencia se observa la proyección magnificada del efecto de las palabras derogatorias.
- 2) El segundo escenario consiste en la representación de microagresiones a través de las heridas causadas por objetos cortopunzantes miniaturas. Por esta razón, se elaboró un podio o mesa con base cuadrada con una lupa movible para poder apuntar a observar lo que se coloque

en la base de la mesa. Luego se implementó varios objetos cortopunzantes miniatura en color plateado que tenía pegado una microagresión escrita en el mismo tamaño del objeto y adicionalmente un poco de sangre falsa en la punta de los objetos. La lupa permitía moverla alrededor de la mesa-podio para poder observar lo que contenía cada mini tijera, mini navaja y mini cuchillo. Adicionalmente, a lado de dicha mesa se encontraba una o dos personas reales que tenían lastimados y cortes maquillados en la piel, además de ropa rasgada como si hubiesen sido gravemente heridos; cada persona llevaba un cartel que decía “Acércate a ver lo que causó tanto daño,” con un diseño que se asemejaba al de manchas de sangre en el poster mencionado.

- *De lo micro a lo macro:* Lo micro se entiende a través de los objetos miniatura y corto punzantes Lo macro, se representó frente a la proyección obtenida desde la perspectiva de la lupa y además del resultado de daño físico en una persona de ‘carne y hueso.’

5. Activismo

Consecución de Objetivo: Proponer una revisión en la Asamblea Nacional para que se incluyan a las microagresiones verbales de género como una forma de violencia y sean incluidas en el “Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas”

Lugar: Asamblea Nacional del Ecuador

Fecha: Miércoles 26 de Abril, 2017

Hora: 14h00

La proposición de políticas públicas conforma un paso muy importante dentro del proceso de concientización frente a la forma en la cual las microagresiones son percibidas y socialmente aceptadas. Por esta razón se entregó una carta dirigida a la Presidenta de la Asamblea Nacional, Gabriela Rivadeneira; en el cual se plantea retomar el “Plan de

Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujer Ecuatorianas” que tuvo una vigencia del año 2010 al 2014. Dicho proyecto se desarrolló antes de la creación de la Agenda Nacional para la Igualdad de Género 2013 – 2017 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo; en la cual no se incluyó el Plan descrito y venció su ejecución. El principal objetivo del Plan es el de generar un instrumento técnico-político para enfrentar la multicausalidad de la discriminación en razón de género, superar las brechas de inequidad y desigualdad que afectan a las mujer y minorías. Dentro de esta agenda, el eje número 2 se enfoca en una vida libre de violencia.

Lo que se solicita es que se vuelva a retomar la ejecución del Plan extendiendo su duración y aumentando nueva información acerca de los temas a concientizar. Entre ellos, información acerca de microagresiones verbales de género.

Como resultado, se toma en cuenta el concepto *de lo macro a lo micro* por medio del gran impacto positivo de esta propuesta; ya que la concientización de la violencia a nivel verbal es relevante para el Plan ya que se asocia con la desigualdad entre personas y muestra una de las múltiples formas de discriminación dada mediante el lenguaje.

En cuanto a la táctica del activismo, las ramas de diferentes enfoques de ‘Transforma La Norma,’ se reunieron para provocar mayor visibilidad en la entrega oficial del documento descrito; sin embargo, se entregó una propuesta por grupo o línea de la campaña global mencionada.

(Documento adjunto en Anexo O)



Gráfico 42, Activismo



Gráfico 43, Activismo-Asamblea Nacional

6. Evento de cierre: Agradecimientos finales

Consecución de Objetivo: Brindar alternativas para enfrentar y neutralizar las causas de las microagresiones verbales de género.

Lugar: Angamarca

Fecha: Domingo 30 de Abril, 2017

Hora: 13h00 a 16h30

Para la ejecución de este evento, se planteó la realización de un almuerzo en el cual los dos principales objetivos serían: 1) Agradecer el acompañamiento y compartir éxitos acumulados a lo largo de la campaña con los estudiantes involucrados en el protagonismo del desarrollo de los eventos y actividades de la campaña; 2) Entregar Amoricina 10mg como obsequio para que pueda constar como una alternativa de recordación en el cambio de comportamientos en cuanto a la concientización de las Microagresiones Verbales de Género.

El cronograma de actividades dentro de este día fue el siguiente:

- Primero, la bienvenida y el brindis de agradecimiento con las palabras de las co-coordinadoras de la campaña y directora de la fundación aliada.
- Segundo, almuerzo y postre.
- Tercero, convivencia y compartir experiencias dentro del desarrollo de la campaña además de testimonios y anécdotas.
- Cuarto, entrega individual de Amoricinas 10mg, por parte de las co-coordinadoras de la campaña para cada estudiante presente.
- Quinto, palabras de los estudiantes en cuanto a sus agradecimientos.
- Sexto, despedida y salida de los asistentes.

Como resultados, presenciamos una gran acogida por parte de este grupo de estudiantes además de que no contábamos con que se genere un grupo que pueda empaparse de la información

vertida en la campaña y que motive a más compañeros y gente en su alrededor. (Más fotos Anexo P)



Gráfico 44, Evento de cierre



Gráfico 45, Evento de cierre, tacos



Gráfico 46, Cierre de campaña

7. Venta del producto comunicacional

Consecución de Objetivo: Brindar alternativas para enfrentar y neutralizar las causas de las microagresiones verbales de género mediante la creación de un producto comunicacional.

Esta actividad se realizó para complementar la recaudación de fondos realizada en beneficio de La Comunidad para el Desarrollo Humano. El objetivo se planteó frente al concepto general de la campaña *de lo micro a lo macro* al proporcionar alternativas para neutralizar los aspectos que generan las microagresiones verbales de género. Esto se logra a través del comprimido Amoricina 10mg, con su composición principal de Respetamol, Consideramicina, Toleracilina y Anti- Estereotipocina.

Esta venta se realizó durante todo el transcurso de la campaña de manera particular y personalizada; además de incluirlas en los diversos eventos realizados a lo largo de la estrategia. Además, el valor obtenido por cada unidad de producto, fue de \$2.50.

Como parte de las reacciones obtenidas por la venta de Amoricina 10mg, se evidenció el interés y curiosidad de las personas que compraban el producto. Esto debido a que se comentó que el producto es novedoso, creativo y planteado en un empaque atractivo. Más imágenes adjuntas en Anexo Q.



8. Cuña de radio

Se realizaron dos cuñas de radio bajo la temática de lo macro a lo micro y a través de recursos artísticos como la poesía y además del uso de testimonios reales que se han retomado a lo largo de la campaña. (Script cuñas adjunto en Anexo R)

- La primera cuña constituye el testimonio por parte de una mujer y por parte de un hombre acerca de sus percepciones y vivencias en cuanto a microagresiones retratadas en la valoración social respecto a sus comportamientos. Se tomaron en cuenta a las marcas que marcan dentro del concepto establecido. Duración: 1 minuto y 4 segundos.
- La segunda cuña constituye una combinación de voces entre un hombre y una mujer que van relacionando los tipos de violencia en contraste con los tipos de marcas que pueden suscitarse de la violencia física. Se proporciona una dimensionalidad al concepto de las microagresiones que permite ejemplificarlas posteriormente, proporcionando una corta lista de algunas de las microagresiones más comunes. Finalmente invita al oyente a no permitir que este tipo de marcas ocasionadas por la violencia verbal, ocasionen un daño permanente en la vida. Duración: 59 segundos.

9. Redes Sociales

Para la difusión del contenido acerca de actividades a realizarse además de información en la materia de las microagresiones verbales de género y sus contextos socio-culturales, se planteó el uso de tres plataformas en redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram; las cuales fueron lanzadas en la semana del 6 al 12 de Marzo. Los contenidos se publicaron a partir de las piezas de arte incluidas en la batería de imágenes de la campaña relacionadas al concepto de la misma (Anexo S) además de otros contenidos de imágenes y herramientas audiovisuales.

- **Facebook:** Para esta plataforma, por medio de la creación de una página de carácter Fan Page, se logró un número total de 1,212 likes y la acogida a este medio fue la que más alcance tuvo ya que nuestro público objetivo (además de los públicos incluidos a lo largo de la campaña) accede a este medio con mayor frecuencia. Se difundieron los siguientes contenidos en una periodicidad de tres veces por semana:

1. Contenido gráfico alusivo a la campaña desde la batería de imágenes pertenecientes a la campaña y que poseen la misma línea gráfica
2. Fotos acerca de los eventos y actividades que se realizaban a lo largo de la campaña
3. Invitaciones a participar en las diferentes actividades de la campaña: eventos, activaciones, charlas, escuchar o seguir una publicación en medios tradicionales
4. Videos creados para la explicación y para la difusión de la campaña
5. Contenido de otras páginas que tenía una relación directa a los objetivos de la campaña

Dentro del último mes de publicaciones, se obtuvieron los siguientes resultados:

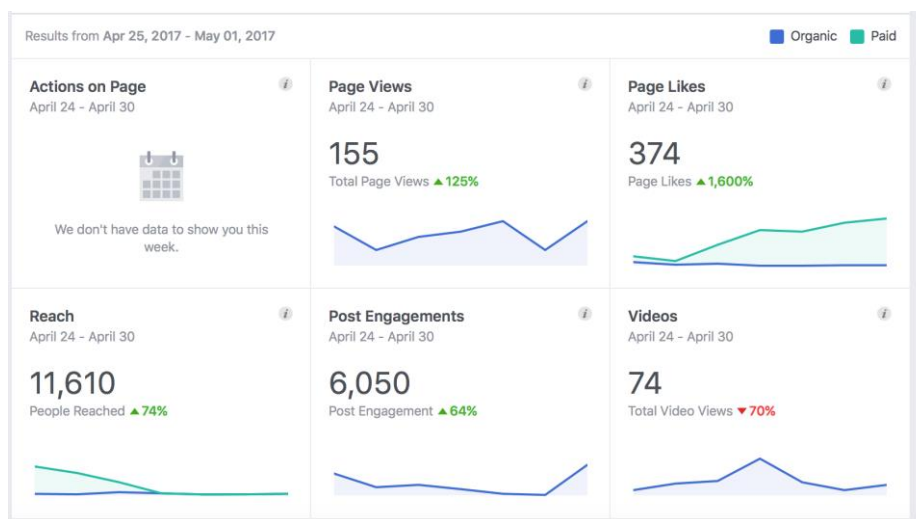


Gráfico 48, Estadísticas Facebook

- **Twitter:** Para esta plataforma, por medio de la creación de una página de usuario, se logró un número total de 62 seguidores y la acogida a este medio tuvo un alcance

promedio ya que se toma en cuenta que nuestro público objetivo (además de los públicos incluidos a lo largo de la campaña) no accede a este medio con tanta frecuencia como a otras plataformas como Facebook. Sin embargo, fue posible generar movimiento en esta plataforma y los seguidores fueron constantes y progresivos. Los momentos en los que mayor movimiento tenía la cuenta, fueron cuando se llevó a cabo los eventos de acceso libre y entre otras actividades de la campaña. Se difundieron los siguientes contenidos en una periodicidad de tres veces por semana:

1. Compartir fotos de Instagram
2. Contenido alusivo a los datos obtenidos en la investigación previa (Datos porcentajes)
3. Replicación y difusión del Hashtag oficial #YoNoDigoMicroagresiones (Ejemplo: #YoNoDigoCarishina, #YoNoDigoMarimacho, #YoNoDigoMandarina)
4. Retweets de las menciones de otras cuentas, que incluyan a la cuenta de twitter de la campaña
5. Mensajes personales a cada nuevo seguidor que incluye el link a la página de Facebook.



Gráfico 49, Twitter

- **Instagram:** Para esta plataforma, por medio de la creación de una página de usuario, se logró un número total de 168 seguidores y la acogida a este medio tuvo un alcance promedio ya que se toma en cuenta que nuestro público objetivo (además de los públicos incluidos a lo largo de la campaña) no accede a este medio con tanta frecuencia como a otras plataformas como Facebook. Sin embargo, fue posible generar movimiento en esta plataforma y los seguidores fueron constantes y progresivos. Los momentos en los que mayor movimiento tenía la cuenta, fueron cuando se llevó a cabo

los eventos de acceso libre y entre otras actividades de la campaña. Se difundieron los siguientes contenidos en una periodicidad de dos veces por semana:

1. Link directo a la página oficial de Facebook en la descripción de la página.
2. Contenido gráfico alusivo a la campaña desde la batería de imágenes pertenecientes a la campaña y que poseen la misma línea gráfica.
3. Testimonios fotográficos sobre experiencias en temas de microagresiones.
4. Fotos acerca de los eventos y actividades que se realizaban a lo largo de la campaña
5. Testimonios fotográficos sobre experiencias en temas de microagresiones.
6. Invitaciones a participar en las diferentes actividades de la campaña: eventos, activaciones, charlas, escuchar o seguir una publicación en medios tradicionales
7. Historias de Instagram: reporte y cobertura de eventos y actividades realizadas, a tiempo real.



Gráfico 50, Instagram

Testimonios y Reacciones.

Dentro del tiempo de difusión en redes sociales, se logró obtener una serie de testimonios, evidencias y reacciones que permitieron la obtención de insights y hallazgos que describen a las percepciones de los públicos abarcados. Por esta razón, se resalta este tipo de datos ya que podemos entender el cambio logrado y la impresión plasmada a través del ejercicio de las tácticas propuestas para la estrategia de educomunicación planteada. De tal forma, se clasifican a estos datos en reacciones generadas en redes sociales:

- 1) Como comentarios, shares y likes frente a las publicaciones
- 2) El otro aspecto destacan los testimonios recolectados a tiempo real, los cuales eran preguntados a lo largo de las actividades realizadas como BTLs y Charlas para entender la reacción de la audiencia. Como resultado, domina un apoyo evidente dentro de estas reacciones además de una necesidad de expresar opiniones que surgen como conjuntas a esta campaña.

(Máa reacciones y testimonios Anexo T)



Gráfico 51, Testimonio real M.V.G.



Gráfico 52, Reacciones redes sociales

10. Medios tradicionales

Para la difusión en medios tradicionales, se intenta alcanzar el objetivo planteado frente a dar a conocer a la campaña; para lo cual se gestionó, por medio de estrategias en Relaciones Públicas, la cobertura y entrevistas en 11 medios en total. De los cuales se llevaron a cabo en 8 entrevistas de radio, 2 en prensa y 1 en televisión. Los mismos que fomentaron diversas reacciones y retroalimentación frente a sus opiniones en cuanto a la campaña. La mayoría de entrevistas fueron de carácter positiva y algunas otras que predominaron en el carácter de debate.(Anexo U: Fotos de entrevistas)

Tabla 2, Clipping de Medios Tradicionales

Medio	Tipo	Segmento	Presentador	Tema	Fecha	Horario	Tipo de Noticia	Tamaño	Freepress
Hot 106	Radio	Al Fin Solos	Paolo Muñoz	Evento de Lanzamiento	21 de marzo 2017	19h00-21h00	Positiva	02' 12"	97,68
CCE	Radio	Pélame la Naranja	Ángel Burbano	Campaña en general	21 de abril 2017	19h00-20h00	Positiva	21' 09"	680
On Air	Radio	Pega Full	Galo Pérez	Campaña en general	21 de abril 2017	14h30-16h30	Positiva	12' 35"	420
La Deportiva	Radio	Secretos en Tacones	Angie Vergara	Campaña en general	2 de mayo 2017	14h30-16h00	Positiva	13' 35"	374
Impacto	Radio	Noti Impacto	Holger Ulloa	Campaña en general	26 de abril 2017	10h00-11h30	Positiva	11' 14"	404,4
Click UDLA	Radio	El Remember	Nelson Dávalos	Campaña en general	3 de mayo 2017	15h00-16h00	Positiva	12' 07"	145
Pichincha	Radio	Con Faldas desde Pichincha	Martha Lucía Ramírez	Campaña en general	8 de mayo 2017	11h30-12h30	Positiva	26'	840
La Redonda	Radio	Hablando Jugadas	Luis Baldeón	Campaña en general	8 de abril 2017	08h00-10h00	Debate	45'	1260
RTU	TV	Noticiero		Campaña en general	21 de abril 2017	19h00	Positiva	55"	670
Pressenza	Prensa	Noviolencia internacional	Rosa Cedeño	Evento de Lanzamiento	17 de marzo 2017	-	Publireportaje	Página completa	440
Aula Magna	Revista	-	Juan José Muñoz	Campaña en general	edición Mayo 2017	-	Artículo	Página completa	480
								TOTAL	5811,08

11.Encuestas finales

Análisis de resultados

Total de encuestas realizadas: 66.

Las encuestas iniciales se realizaron el martes 2 de mayo del 2017 en el Colegio Técnico Sucre con un el público objetivo de 52 jóvenes y un total de 14 docentes del Bachillerato Internacional a quienes habíamos realizado la encuesta inicial, la encuesta fue igual a la inicial sin embargo los resultados variaron significativamente notando así que todo el trabajo realizado durante la campaña tuvo un buen resultado.

Contraste de resultados entre encuestas iniciales respecto a encuestas finales realizadas al público objetivo:

De manera que sea posible la medición del impacto generado ante el público objetivo, se presenta un análisis de los resultados porcentuales pertenecientes a los datos de las encuestas iniciales en contraste con las encuestas finales. Como se mencionó previamente en este documento, el público objetivo de la campaña es el rango de edades de jóvenes entre los 15-18 años; sin embargo, se consideró esencial abarcar otros públicos con los que los jóvenes se interrelacionan regularmente. Es decir, poner en evidencia las percepciones de los profesores en la institución a la que pertenecen. Cabe resaltar que las preguntas de edad (pregunta 1) y género (pregunta 2) son las mismas entre resultados iniciales. Por lo tanto los resultados relevantes planteados desde este contraste son los siguientes:

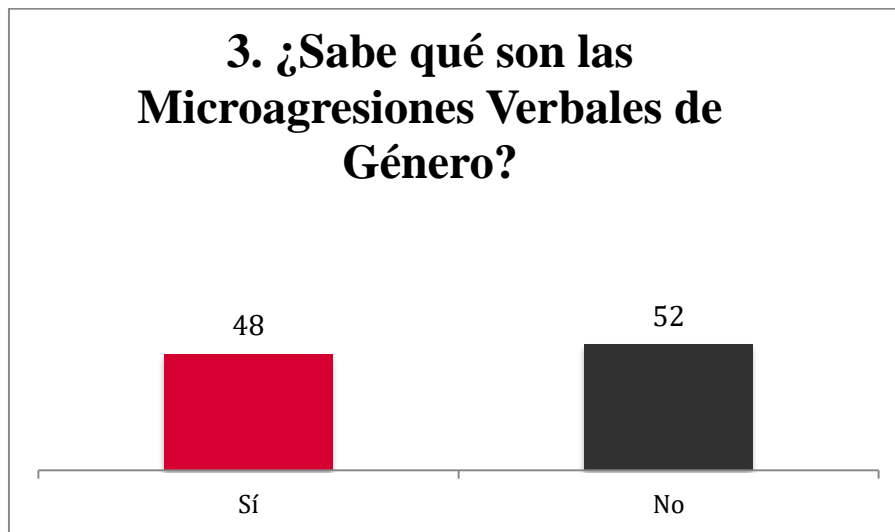


Figura 48, p.3 inicial

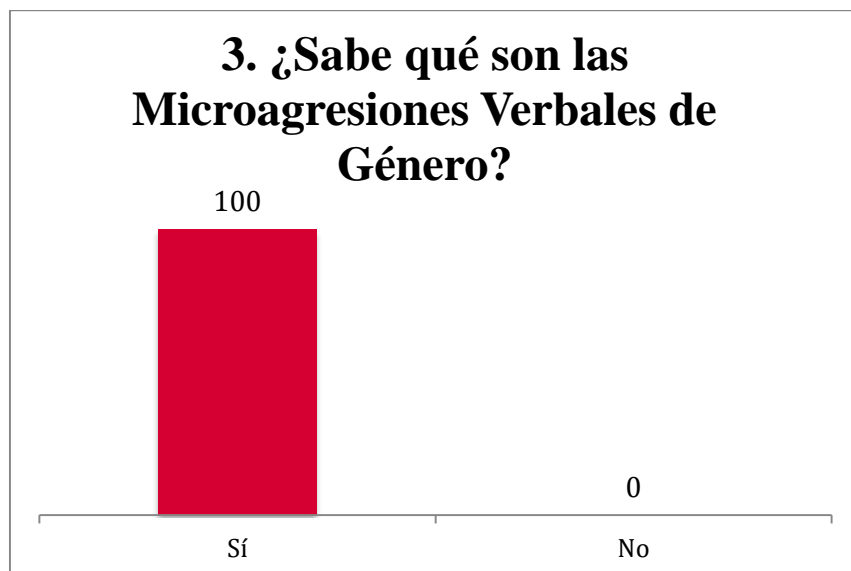


Figura 49, p.3 final

- La Pregunta 3 que cuestiona, en una forma auto-evaluativa, acerca de la existencia o no, del conocimiento sobre la definición de las M.V.G. En los primeros resultados, el 48% responde que sí conoce; mientras que en el resultado final el 100% de los encuestados afirma que sí las conoce.

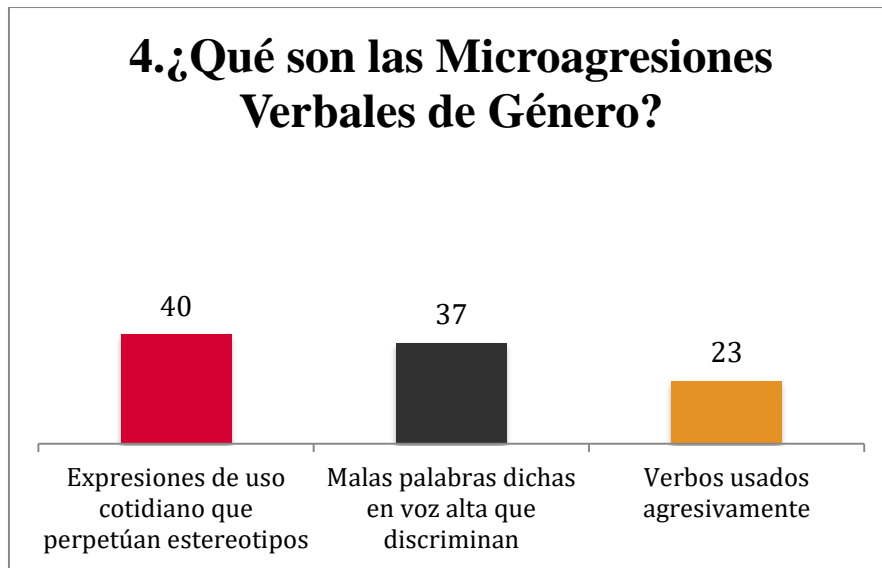


Figura 50, p.4 inicial

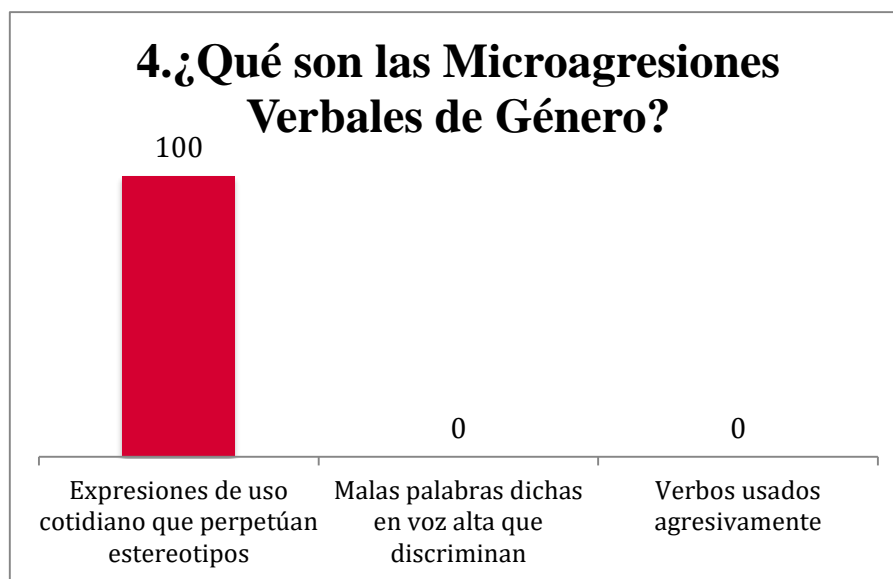


Figura 51, p.4 final

- Posteriormente en la Pregunta 4 se infiere acerca de la definición exacta de las MVG; para lo cual el cambio se evidencia frente a una distribución de opiniones entre las 3 opciones disponibles, tomando en cuenta que la primera opción corresponde a la respuesta correcta. De modo que tan solo el 40% selecciona la respuesta correcta; mientras que en el resultado final el total de los encuestados (100%) selecciona la respuesta correcta.

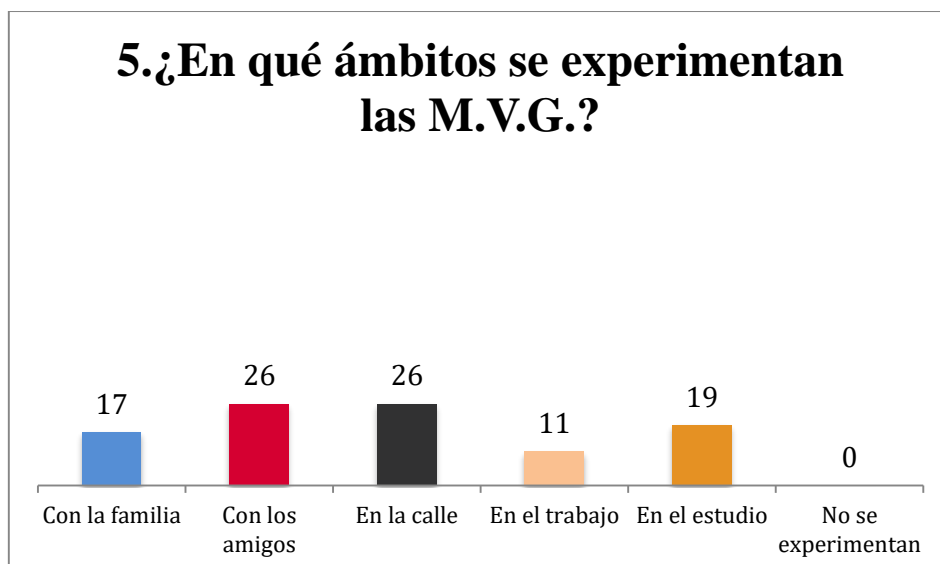


Figura 52, p.5 inicial

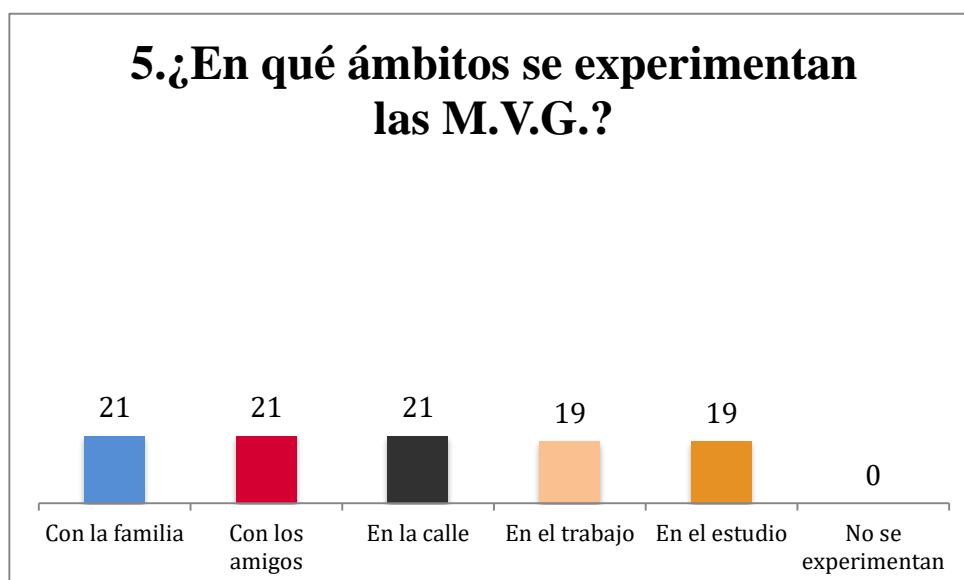


Figura 53, p.5 final

- Desde la pregunta 5, se busca detectar los ámbitos bajo los cuales se reproducen la MVG. Para esto, en el primer resultado se nota que en la calle y con los amigos se resaltan con un 26% siendo los mayores porcentajes. Posteriormente, con los resultados finales se mantiene la mayor cantidad a los lugares en la calle y con los amigos con un 21% siendo el porcentaje mayor, además se le suma el lugar con la familia con el mismo

porcentaje de 21%; notando así, el de que se han dado cuenta que en la familia también se genera una gran cantidad de microagresiones normalizadas.

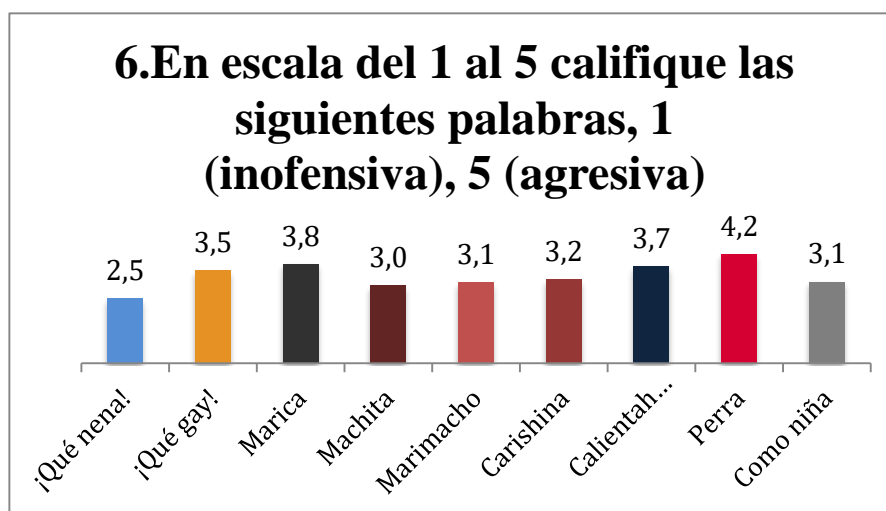


Figura 54, p.6 inicial

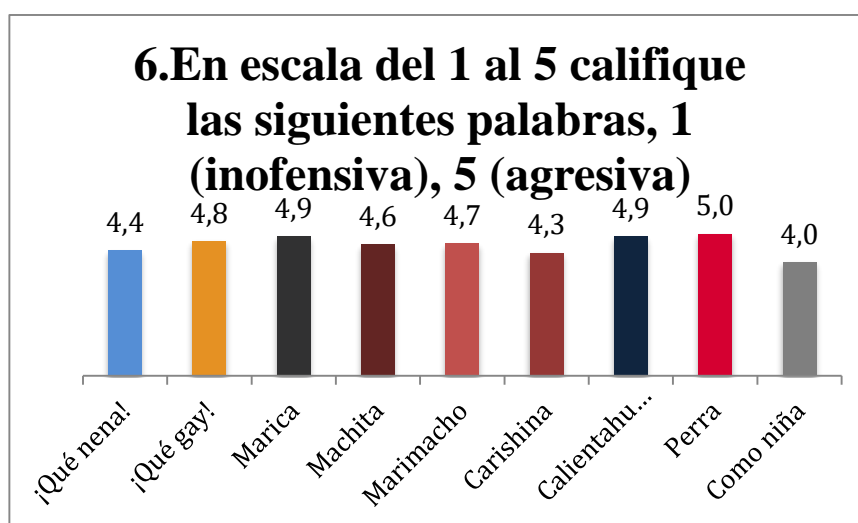


Figura 55, p.6 final

- En la Pregunta 6, se atribuyen calificaciones a ejemplos de MVG y en los primeros resultados existe una tendencia distribuida relativamente en calificaciones similares que se encuentran entre los 3 y 4,2 sobre 5 puntos; es decir, se entienden a estas microagresiones como regularmente inofensivas u ofensivas. Sin embargo, en los resultados finales, todas las opciones son marcadas y calificadas como agresivas o cercanas a ser calificadas como agresivas; es decir, entre 4,3 y 5 sobre 5.

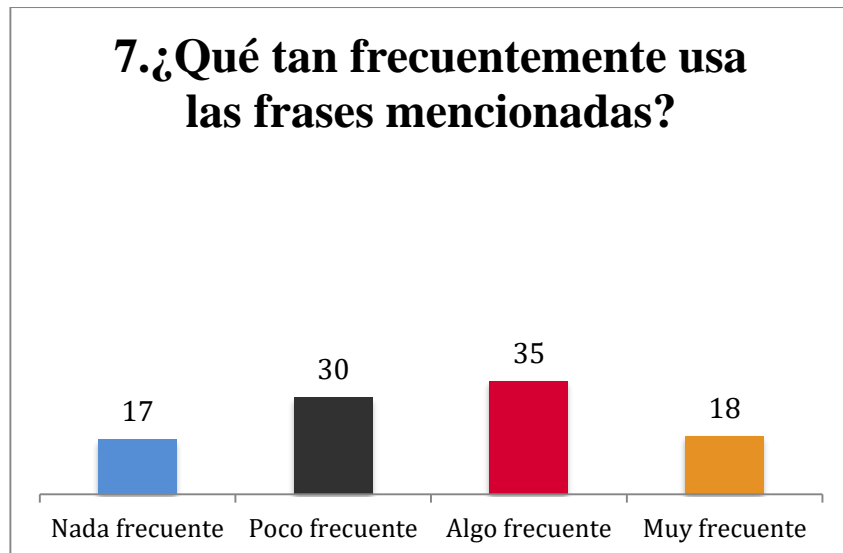


Figura 56, p.7 inicial

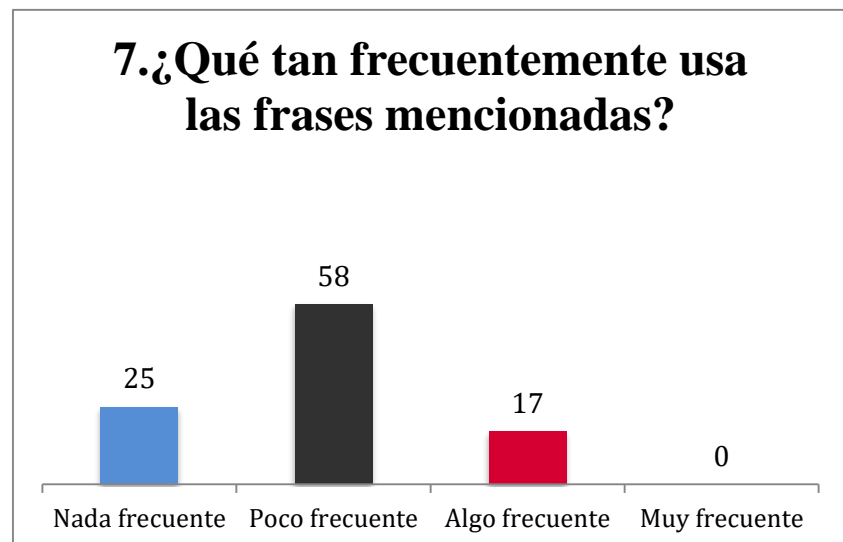


Figura 57, p.7 final

- Para la Pregunta 7, se pregunta acerca de la frecuencia con la que se utilizan este tipo de expresiones derogatorias. En los primeros resultados se representa con el 35% en el porcentaje más al para Algo Frecuente y 30% para Poco Frecuente . Sin embargo, en los resultados finales, el Poco Frecuente predomina con un 58% mientras que Algo Frecuente se reduce a un 17%, para finalmente detectar un porcentaje nulo para Muy frecuente (lo cual para el primer resultado, se señaló un uso Muy Frecuente en un 18%).

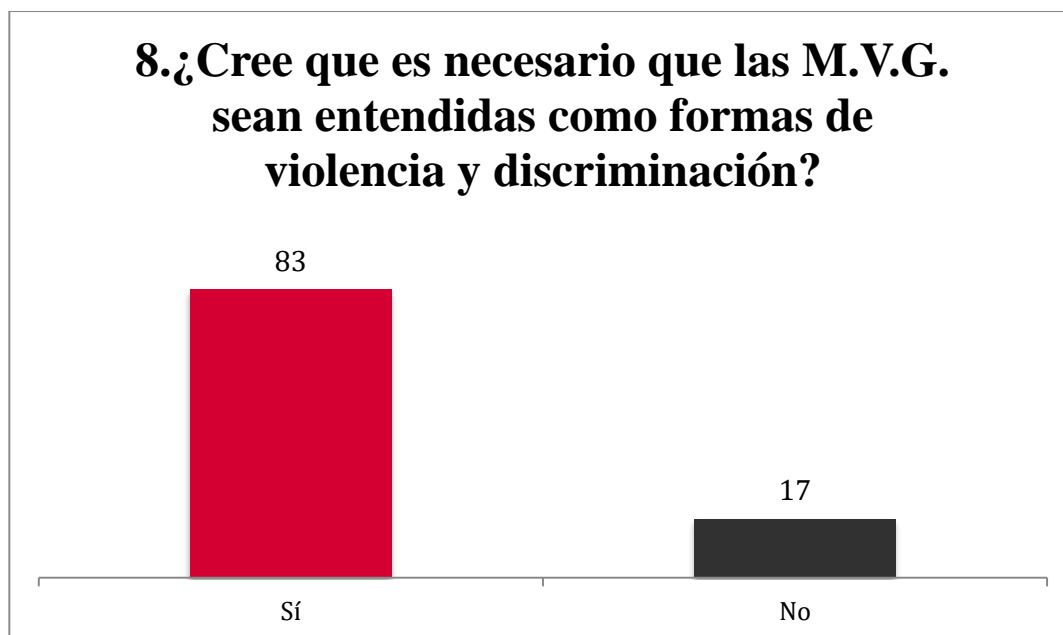


Figura 58, p.8 inicial

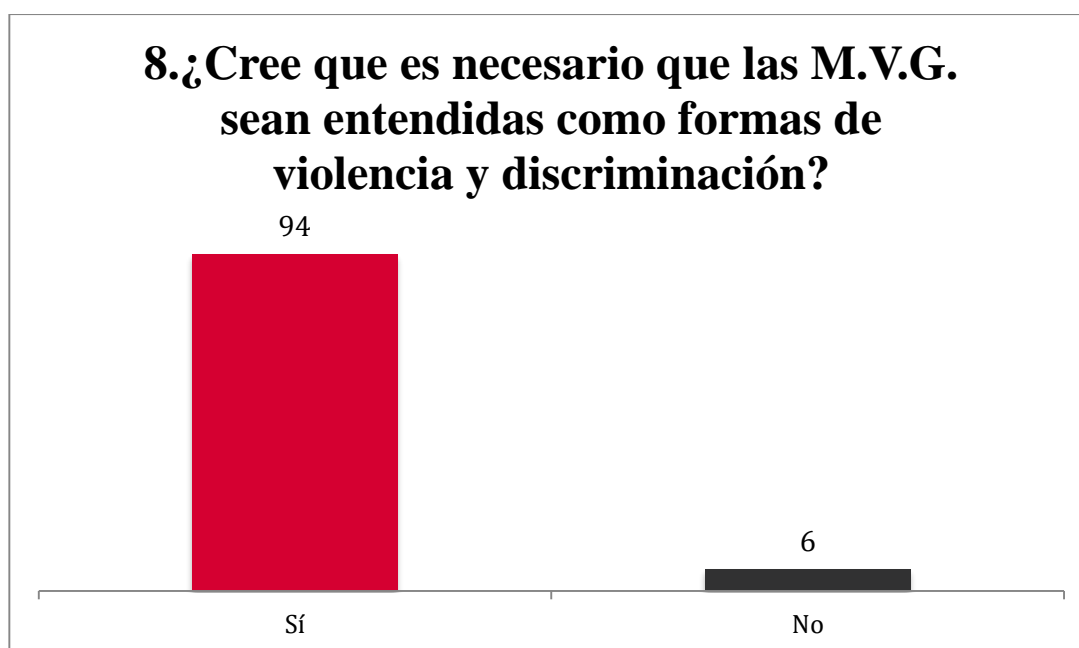


Figura 59, p.8 final

- Dentro de la pregunta 8 se busca la opinión de los encuestados para determinar si las MVG deberían ser consideradas como una forma de violencia y discriminación; lo cual resultó en la primera investigación una mayoría de 83% que dijo que sí mientras que un 8% dijo que no. En contraste con los resultados finales, el No redujo a un 6% lo cual denota que se logró cautivar las percepciones de los públicos.

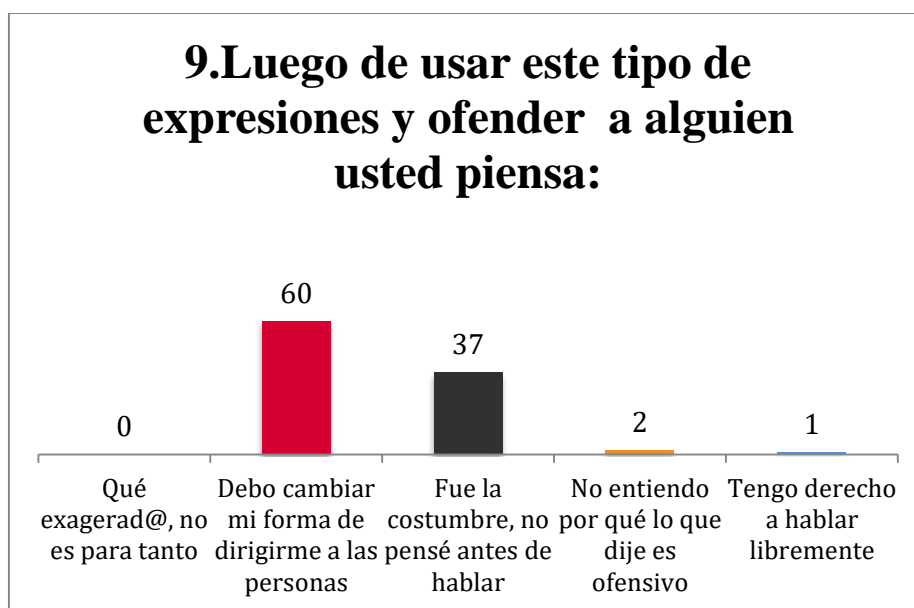


Figura 60, p.9 inicial

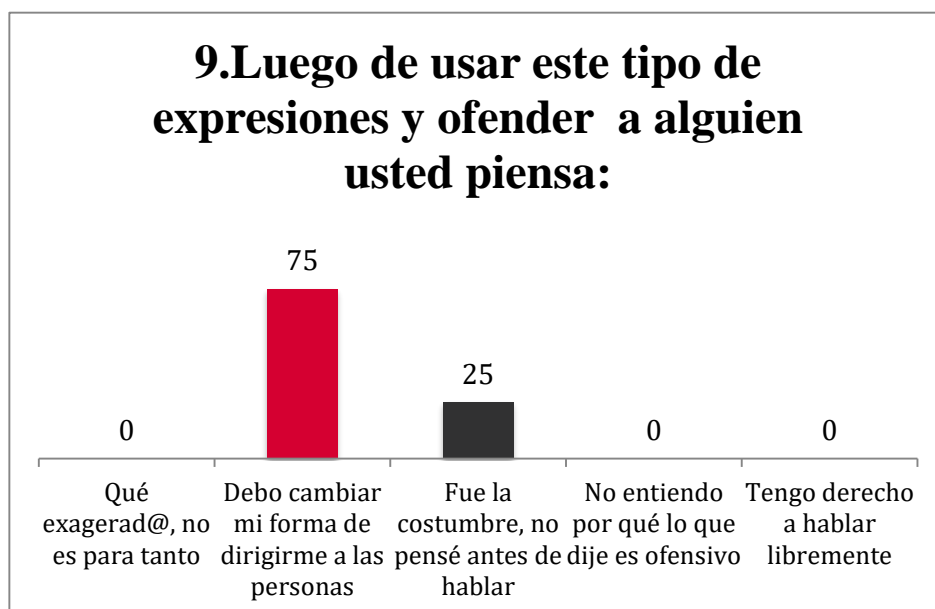


Figura 61, p.9 final

- En la Pregunta 9 se evalúa el punto de vista respecto a la auto-crítica y evaluación; en cuanto a qué es lo que se piensa después de usar M.V.G. En el primer resultado, 'Debo cambiar mi forma dirigirme a las personas' tiene el 60%, 'Fue la costumbre, no pensé antes de hablar' 37%; 'No entiendo por qué lo que dije es ofensivo' con el 2%; 'Tengo derecho de hablar libremente' con el 1%. Sin embargo, en los resultados finales desaparecen los dos últimos porcentajes descritos (0%) y 'Debo cambiar mi forma

dirigirme a las personas' aumenta al 75% mientras que 'Fue la costumbre, no pensé antes de hablar' se reduce al 25%.

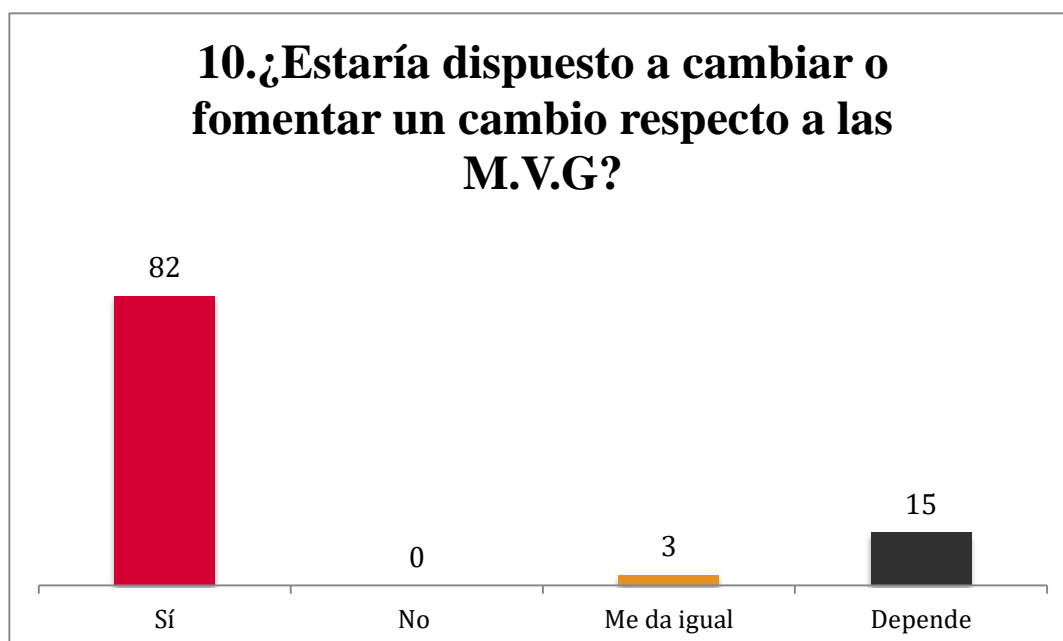


Figura 62,p.10 inicial

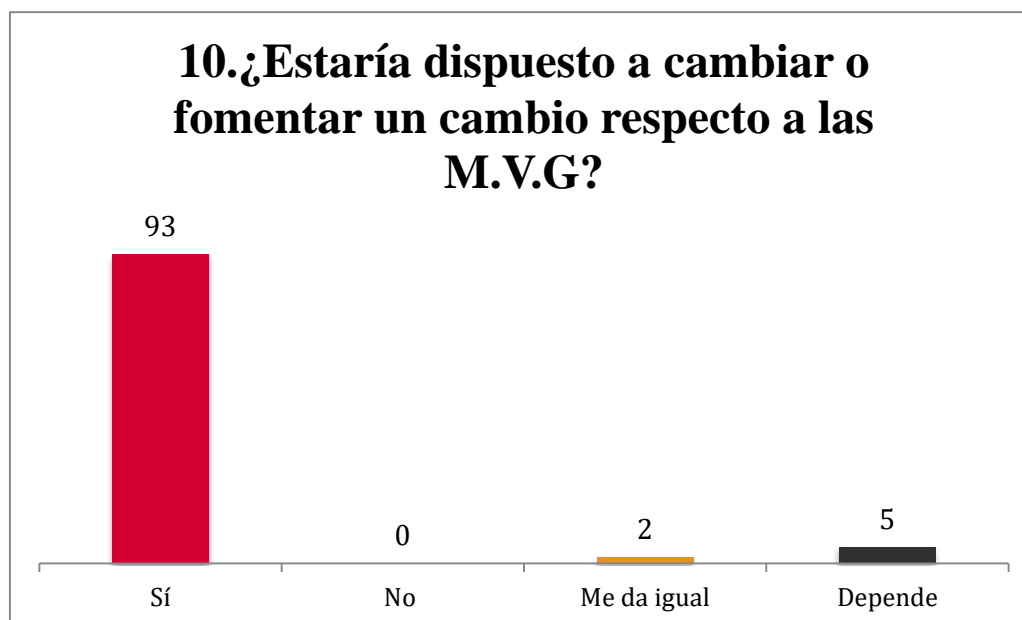


Figura 63, p.10 encuesta final

- Para la pregunta 10 se inquiriere acerca de la disposición de los encuestados para querer promover un cambio respecto a las MVG. En el caso inicial se presencia un 82% que

dice que sí; 15% que señala que es relativo o que depende de las circunstancias y el 3% que dice que le da igual. En cuanto al contraste con los resultados finales, se incrementa la respuesta positiva a un 93% y Me Da Igual junto con Depende reducen sus porcentajes a 2% y 5%, respectivamente.

12. Logros inesperados

Por medio de la puesta en práctica de cada una de las estrategias y tácticas, fue posible lograr los objetivos planteados y además permitió la presencia de varios logros inesperados. Dichos logros, reafirmaron constantemente las motivaciones de la campaña y replicaron el contenido que fue creado con la intención de generar un conocimiento fomentado desde las interacciones dinámicas y el contenido creativo. De tal modo, algunos de los logros inesperados son:

1. Los estudiantes con los que se trabajó desde el inicio de la campaña, pertenecientes al Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre, permanecieron fieles a la campaña y plantearon mayores iniciativas para ser protagonistas de la misma. Su papel excedió las expectativas de un simple público objetivo, sino que se volvieron promotores de la campaña en redes sociales y en sus medios de relación con más jóvenes de su edad y su familia. Según su retroalimentación dada a conocer en el evento de cierre, se evidencia que la campaña y las actividades permitieron un constante recordatorio frente al uso de microagresiones en su cotidianidad.
2. Dentro de la serie de iniciativas de los estudiantes mencionados en el punto 1, surgió la disposición de Eddison Castro, cantautor de la canción inédita de la campaña: Voces del Alma. Esta iniciativa fue caracterizada por su entusiasmo y compromiso con la campaña y las ganas de ayudar con la difusión de un tema de relevancia social. Además,

su creatividad permitió que se dé a conocer a las microagresiones, causas, consecuencias y soluciones de una manera artística, original y fácil de seguir.

3. A partir de la elaboración de la primera cuña principal, surgió una serie de ideas que complementaban a la misma. Sin embargo, debido a que la cuña no podía extenderse demasiado, se formuló la solución de crear una segunda cuña que contiene información testimonial, importante para la proyección de casos reales para el mejor entendimiento de la campaña y sus objetivos.
4. Desde los requisitos planteados para esta campaña se acudió a La Comunidad para el Desarrollo Humano para firmar una alianza que nos permita trabajar conjuntamente y poder beneficiar a dicha organización frente a la recolección de fondos. Sin embargo, la acogida de La Comunidad superó los objetivos de este paso y fue posible incluir a ‘Trasforma La Norma- Microagresiones Macroimpactos’ como un proyecto piloto dentro del ‘Proyecto de Consejos Permanentes para la Noviolencia Activa.’ Adicionalmente, la campaña y su estrategia serán replicadas anualmente para dar continuación al proyecto implementado y llegar a más jóvenes.
5. A partir de la ejecución de las charlas y eventos, fue posible alcanzar los objetivos planteados para cada actividad. Adicionalmente, se logró impactar positivamente a los asistentes que provenían de diversas instituciones, los mismos que solicitaron la replicación de las actividades de esta campaña en sus ámbitos de desarrollo. Por ejemplo, algunos de los colegios que deseaban involucrarse son: Colegio María Eufrosia, Montebello Academy, Joel Osteen Academy, Jean Jacques Rousseau y No Tenencia Ecuador (asociación de madres con el interés de eliminar los insultos en redes sociales).
6. Dentro de la difusión del contenido en redes sociales (especialmente Facebook) se logró el apoyo inesperado de varias Fundaciones y organizaciones sociales que compartían

cada post de actividades realizadas dentro de la campaña. Principalmente, la difusión viral empezaba desde la página oficial de La Comunidad Para el Desarrollo Humano Ecuador y luego se desplegaba a: La Comunidad Para el Desarrollo Humano Latinoamérica, Espacio No Violento, Fundación Esquel, Octubre por la Paz y Noviolencia, Esquel Juventudes, Esquel Click, Comité de desarrollo de Mujeres de Frontera, Hablemos la Plena, Fundación Nuestros Jóvenes, Comunidad Khuyana, entre otros.

7. Fue posible la realización de un cuarto BTL; es decir, uno más de los que se plantearon como requisito. Este BTL bono fue ejecutado en el Colegio Federico Gauss bajo una solicitud específica del rector de este colegio. Además, esta institución forma parte de las instituciones educativas en las que se ejerce el 'Proyecto de Consejos Permanentes para la Noviolencia Activa'.
8. Las visitas al video promocional de la campaña 'Manchas que Marcan' sobrepasan lo esperado dentro de una difusión no pagada. Se logró un alcance de 7,944 personas, además de 2,162 views, 58 likes/reacciones, 16 comentarios y 76 shares.

13. Presupuesto

Tabla de Egresos:

Categoría	Descripción	Valor
Producto Comunicacional: Amoricinas	Cajas, frascos, dulces	376
Material Impreso	Afiches, entradas, invitaciones, plotters, etc.	180,26
Logística	Carpas, sonido, seguridad, limpieza	265
Diseño y animación	Diseño piezas y animación video	210
Alimentos y bebidas	Hamburguesas, café, gaseosas, sánduches	236,73
Material para BTL	Maniqués, sangre falsa, maquillaje, etc.	193,93
Redes Sociales	Publicidad Facebook	97,36
Suministros y decoración	Globos, lazos, masking, telas, etc.	175,58
Varios	Película Billy Elliot, papel higiénico, jabón, etc.	17,98
	TOTAL	1752,84

Tabla 3, Egresos campaña

Tabla de Ingresos:

Categoría	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Evento	5	30	150
Amoricinas	2,5	72	182,5
		Valor Total	332,5

Tabla 4, Ingresos campaña

El valor total de ingresos (\$332,50) es donado a La Comunidad para el Desarrollo Humano Ecuador, beneficiando la continuación y desarrollo del Proyecto *Consejos Permanentes por la Noviolencia Activa*, específicamente para insumos educativos y material didáctico.

14.Cronograma

(Cronograma a detalle con desglose Anexo W)

febrero de 2017

							< Hoy >	
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom		
23	24	25	26	27	28	29		
30	31	1 feb.	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12		
			Reunión CDH					
13	14	15	16	17	18	19		
				Taller 1 Inducción				
20	21	22	23	24	25	26		

Tabla 5, Cronograma Febrero 2017

marzo de 2017

							< Hoy >	
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom		
27	28	1 mar.	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12		
Lanzamiento Facebook			Lanzamiento Instagram		Lanzamiento Twitter			
13	14	15	16	17	18	19		
Encuestas Iniciales			Evento Lanzamiento	• Nota Presenza 12:00				
20	21	22	23	24	25	26		
• Entrevista Hot 106 19:00								
27	28	29	30	31	1 abr.	2		

Tabla 6, Cronograma Marzo 2017

abril de 2017

< Hoy >

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
27	28	29	30	31	1 abr.	2
3	4	5 Taller 2 Docentes Charla USFQ	6	7	8 Taller 3 Efectos M.V.G. • Radio La Redonda 08:00	9
10	11	12 BTL Colegio Sucre BTL Colegio Gauss	13	14	15	16
17	18	19 BTL USFQ BTL El Recreo	20	21 • RTU entrevista gra... 09:00 • Radio On Air 15:00 • Radio C.C.E 18:00	22 Evento de Recaudación	23
24	25	26 Activismo • Radio Impacto 10:00	27	28	29	30 Evento de cierre

Tabla 7, Cronograma Abril 2017

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Como conclusión las Microagresiones Verbales de Género (M.V.G.) son palabras, frases y expresiones derogatorias que conforman un tipo de violencia verbal normalizada e invisibilizada de uso cotidiano; que conlleva una fuerte perpetuación de estereotipos sexistas, machistas y causan grandes impactos a largo plazo.
- Mediante la “Campaña Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos” este tipo de microviolencia se volvió tangible y se pudo crear conciencia en los públicos jóvenes del fuerte impacto que pueden tener sus palabras; los resultados cuantitativos y cualitativos reflejan claramente un cambio social y visibilización respecto a las M.V.G.
- La campaña cumplió con todos y cada uno de los objetivos planteados en un principio, además tuvo una serie de logros inesperados que le brindaron un alcance mayor que el que se esperaba inicialmente.
- Gracias a la alianza estratégica con La Comunidad para el Desarrollo Humano e instituciones cuyo principal objetivo es implantar la no violencia en la sociedad como Fundación ESQUEL y el Espacio No Violento, los contenidos y actividades de la campaña pudieron difundirse de forma eficaz logrando así el macroimpacto deseado.
- La planificación estratégica y constante ayuda de los chicos del Bachillerato Internacional del Colegio Técnico Sucre, hicieron que la campaña se desarrolle bajo el periodo de tiempo establecido y se logren cumplir las actividades planteadas e incluso tener un mayor aporte social sobre el tema.
- El uso de material didáctico e interactivo facilitó el entendimiento de los públicos jóvenes sobre las M.V.G., además mantener a “Transforma la Norma:

Microagresiones-Macroimpactos” bajo una temática definida, de *lo micro a lo macro* y su relación con las manchas y heridas creó una congruencia comunicativa acertada que favoreció la difusión e involucramiento durante toda la campaña.

- Se recomienda, seguir tomando en cuenta a las M.V.G. como formas de violencia, visibilizarlas e intentar excluirlas por completo del lenguaje cotidiano. Conocer su contenido discriminatorio e identificarlas como palabras dañinas a nivel personal y social.
- Es importante realizar un seguimiento a la implementación de la campaña que se ejecutará anualmente dentro del proyecto *Consejos Permanentes por la Noviolencia Activa*, para ver los resultados y mayor alcance que tendrá esta campaña en los próximos años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcívar.(17 de octubre,2016). Entrevistada por Andrea Ortiz y Nicole Tejada.
Microagresiones Verbales de Género: Perspectiva psicológica. Quito.
- BOLAÑOS-FABRES, P. (2015). *Expresiones populares y el contacto de lenguas*. Ecuador.
- Calero,M.A.(1999).*Sexismo Lingüístico: análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Castro, E. (2017). *Voces del Alma* [Grabado por E. Castro]. On *Voces del Alma* [En archivo MP3 y SoundCloud]. Quito, Pichincha: Black Moon Records. Recuperado de <https://soundcloud.com/user-4370665/voces-del-alma>
- Croom, A. M. (2013). *How to do things with slurs: Studies in the way of derogatory words*.(Ortiz, A y Tejada, N trans. citas seleccionadas). *Language & Communication*, 33(3), 177-204.
- Costales, J.(19 de octubre, 2016).Entrevistado por Andrea Ortiz y Nicole Tejada.
Microagresiones Verbales de Género: Perspectiva social y psicológica. Quito.
- Fairchild, K., & Rudman, L. A. (2008). *Everyday stranger harassment and women's objectification*.(Ortiz, A y Tejada, N trans. citas seleccionadas). *Social Justice Research*, 21(3), 338-357.
- Fasoli, F., Carnaghi, A., & Paladino, M. P. (2015). *Social acceptability of sexist derogatory and sexist objectifying slurs across contexts*. (Ortiz, A y Tejada, N trans.citas seleccionadas). *Language Sciences*, 52, 98-107.
- Frieze, I., Parsons, J., Johnson, P., Ruble, D., & Zellman, G. (1979). *Women and Sex Roles: a Social Psychological Perspective*.(Ortiz, A y Tejada, N trans. citas seleccionadas). Toronto:The Motherhood Mandate.

Gobierno Nacional de la República del Ecuador.(2011).*Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas*. Ecuador: Comisión de Igualdad de Género.

Helgeson, V. (2015). *Psychology of gender*.(Ortiz, A y Tejada, N trans.citas seleccionadas). Psychology Press.

Hernández, K.(2010). *Discursos hegemónicos y tradición oral sobre los cuerpos de las mujeres afroecuatorianas*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Hernández, K.(2007). *Entre Símbolos y Metáforas:Relatos de la tradición oral en la provincia de Pichincha*. Cuenca: CIDAP.

Irvine,W.(2015). *Por Qué Duelen los Insultos*. México DF: Editorial Océano.

La Comunidad para El Desarrollo Humano. (s/f). *Díptico informativo*.

Lizarazo,N.(21 de octubre,2016).Entrevistada por Andrea Ortiz. *Microagresiones Verbales de Género*. Quito.

M. Z. Rosaldo and L. Lamphere (eds), *Woman, culture, and society*. (Ortiz, A y Tejada, N, trans. citas seleccionadas). Stanford, CA: Stanford University Press, 68-87.

Narváez, G. M. (2010). *Los años viejos y las viudas:¿negociaciones del orden sexual?.* Flacso-Sede Ecuador.

Ortiz, A.,et al.(2009).*Problemas del Desarrollo en el Ecuador*. Ecuador: CODEU.

Ortner, S. B. (1974). *Is female to male as nature is to culture?* (Ortiz, A y Tejada, Ntrans. citas seleccionadas).

Pancracio, C. G. (1995). *Inventario general de insultos*. Madrid: Ediciones del Prado.

Papá Changó. (2015). Biografía- Quiénes Somos en *Sitio Oficial Papá Changó*. Recuperado de <http://www.papa-chango.com/bio.html>

- Sue, D.W. (2010). *Microaggressions in everyday life: Race, gender, and sexual orientation*. (Ortiz, A y Tejada, N trans. citas seleccionadas). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22nd ed.). Madrid, España.
- Rodas, C. (2001). *En la Construcción y Deconstrucción de Patrones Culturales de Género Inequitativos*. Quito: Ediciones Camaleón.
- Sherzer, Joel. (1999). *Lengua, Género y Sexo desde una Perspectiva Comparada*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Troya, M. P. (2001). No soy machista pero... Masculinidades en profesionales de clase media de la ciudad de Quito. En Andrade, X., & Herrera, G (eds.), *Masculinidades en Ecuador* (pp. 67- 95). FLACSO, Sede Académica de Ecuador.
- UNICEF. (1979). *Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*. Quito: UNICEF.
- Váscones Vera, P. G. (2014). Los memes como instrumento comunicacional en la transmisión cultural de los refranes y el discurso enunciativo en la Plaza de la Independencia de la ciudad de Quito.
- Viteri, M. (2014). Ser niña en Ecuador. En Velasco, M. (ed.), *Estudio Niñez Excluida en el Ecuador contemporáneo* (pp. 67- 85). SENPLADES, Observatorio Social del Ecuador, Plan Internacional.
- Viteri, M. (14 de octubre, 2016). Entrevistada por Nicole Tejada. *Microagresiones Verbales de Género: Perspectiva antropológica*. Cumbayá.
- Woodford, M. R., Howell, M. L., Kulick, A., & Silverschanz, P. (2013). "That's so Gay" Heterosexual Male Undergraduates and the Perpetuation of Sexual Orientation Microaggressions on Campus. (Ortiz, A y Tejada, N trans. citas seleccionadas). *Journal of Interpersonal Violence*, 28(2), 416-435.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA INVESTIGACIÓN PREVIA

ENCUESTA MICROAGRESIONES VERBALES DE GÉNERO

La siguiente encuesta es confidencial y anónima, toda la información proporcionada será usada para fines académicos. El tema de la encuesta son las Microagresiones Verbales de Género (frases, expresiones coloquiales y micro-insultos utilizados a diario para denigrar, discriminar y estereotipar a las personas según su género)

Edad:

18- 25

26- 30

30 en adelante

Género:

hombre

mujer

Sector donde vives:

Quito Norte

Quito Sur

Quito Centro

Cumbayá

Valle de los Chillos

1. ¿Alguna vez te has sentido afectado o herido por comentarios aparentemente sin importancia referentes a tu género?

SÍ___

NO___

2. En qué ámbitos has experimentado algún tipo de micro-agresión verbal de género

A. Familiar

B. Entre amigos

C. Escolar/colegial/universitario

D. Laboral

E. En la calle

F. No he experimentado

3. Cómo crees que debe verse, vestirse y actuar una mujer:

4. Cómo crees que debe verse, vestirse y actuar un hombre:

5. ¿Alguna vez has usado un insulto, frase o expresión derogatoria que sea sexista?

SÍ___ NO___

6. ¿Qué frase o expresión utilizaste?

Responde esta pregunta si tu respuesta en la pregunta 5 fue sí. En caso de que tu respuesta fue no, sigue a la pregunta 8.

7. ¿En qué ámbitos utilizas este tipo de expresiones, comentarios o microagresiones verbales de género?

- A. Familiar
- B. Entre amigos
- C. Escolar/colegial/universitario
- D. Laboral
- E. En la calle
- F. No utilizo

8. En una escala del 1 al 10, clasifica el uso de las siguientes frases desde inofensivas (1) hasta agresivas e irrespetuosas (10)

Qué nena	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¡Qué gay!	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pateas/pegas/lloras como niña (dicho a un niño)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Marica o maricón	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Machita (a una mujer cuando siente algún dolor físico/emocional)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Marimacho	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Carishina	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Calientahuevos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Perra	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Puta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Puto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. De las frases mencionadas en la pregunta anterior enlista algunas de las que ESCUCHAS con frecuencia

1. _____
2. _____
3. _____

10. De las frases mencionadas en la pregunta 8 lista algunas de las que USAS con frecuencia

1. _____
2. _____
3. _____

11. En qué ocasiones describirías a una mujer como “puta”

1. Por cómo se viste
2. Por cómo se maquilla
3. Por cómo baila en una fiesta
4. Por su forma de relacionarse con los hombres
5. Por qué simplemente te cae mal
6. Por qué ha tenido o tiene muchos novios
7. Ninguna de las anteriores

12. Estarías dispuest@ a cambiar o fomentar un cambio en cuanto al uso de insultos, frases o expresiones derogatorias?

SÍ___ NO___

¿POR QUÉ?

ANEXO B: DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Etapas de Campaña	Actividad	Público	Lugar	Descripción
EXPECTATIVA	Evento de lanzamiento (Video)	Estudiantes B.I. y autoridades	Auditorio 1 Museo Nacional CCE	Este evento incluye la presentación de la Fundación participante, voceros, y realizadores. Posteriormente, se da una presentación formal del tema: investigación realizada previamente que evidencia la importancia de la campaña, cronograma de actividades, presentación del video "Manchas que marcan," charla informativa acerca del tema (incluye distintos enfoques, antropológicos, sociológicos, psicológicos, etc), Invitación a participar de las actividades así como a difundir el contenido de redes sociales. Al finalizar, se entrega un flyer de información tipo cápsula de lo discutido en la charla, adicional a los links donde se puede acceder a mayor información.
	Encuestas y observación participativa C.Sucre	Estudiantes B.I.	Aulas del Colegio Sucre- 1ro, 2do y 3ro B.I.	En 30-45 minutos de una hora de clase, se realiza una encuesta en la cual se podrá conocer el estado de conocimiento acerca del tema de campaña y el nivel de sensibilización del mismo por parte de los estudiantes. Adicionalmente, durante un día de recreo(s) de los estudiantes se llevará a cabo la observación participativa, en la cual se podrá describir y entender el contexto en el que se usan expresiones sexistas y cuales son las más comunes.
	Elaboración de Producto Comunicacional Amoricina	Para venta Público en General	De acuerdo a la Producción y materiales	Se produce la Amoricina 10 mg- Pastillas hechas de caramelo artesanal empacadas en una botella de 8cm de alto; medicamento que funciona como "inhibidor de discriminaciones y prejuicios;" hecho de compuestos como "Respetamol, Toleracilina y Considermicina" Contiene posología, indicaciones y recomendaciones que respaldan un comportamiento respetuoso hacia los que nos rodean; esto en una forma para prevenir expresiones y palabras derogatorias como M.V.G.
	BTL Lastimados+Maniqués Manchas-Recreo	Estudiantes B.I. y Bachillerato regular	Patio de Recreo Colegio Sucre y Federic Gauss	Los BTLs consisten en utilizar formas de comunicación no masivas direccionadas hacia un target o segmento específico; se emplea la creatividad, oportunidad de acción y la sorpresa. Dentro del periodo largo del recreo de un día, los estudiantes se verán involucrados en esta activación sorpresa en la cual interactuarán para entender el tema de manera práctica. Este BTL será la fusión de dos escenarios: el primero, una exhibición de maniqués enmascarados de rostros felices y usando ropa (diseñada en prensas de carton que cubren la parte frontal y posterior del maniqué) con manchas de todo tipo; de las cuales, al ser desplegadas, se devela la microagresión que las causó. El segundo, consta de un grupo de personas tristes maquilladas con heridas graves y para entender lo que causó estas heridas, se colocan en distintos stands, con una luz de exhibición y una lupa, artefactos cortopunzantes miniatura rodeados de frases y microinsultos en cada uno de ellos. Ambos escenarios insitarán a la curiosidad a través de carteles que dirán "Conoce lo que causó este desastre." Finalmente, se filmarán las reacciones. **NOTA: Debido a que en el recreo estarán todos los estudiantes de Bachillerato, se entregará en un flyer de información cápsula acerca de lo tratado en el BTL y su asociación a las M.V.G., para agregar contexto a la interacción con el BTL de los estudiantes de Bachillerato tradicional.
	Venta de Producto Comunicacional Amoricina- Recaudación de fondos C.D.H.E.	Público en General	Venta abierta (USFQ, Por pedido, etc)	Venta del producto comunicacional por el valor de \$2,50 cada botella de amoricina.
	Taller: Inducción Introdutoria M.V.G.	Estudiantes de B.I.	Sede Espacio No Violento	Primero, se realiza una convocatoria en redes para insistir en la asistencia de los estudiantes a los talleres. Se retoma el recurso audiovisual de "Manchas que marcan" para de una forma didáctica, demostrar el impacto de las microagresiones verbales de género y asociarlo con interacciones y ámbitos de la vida cotidiana, el video consta de una historia animada de aproximadamente 3 min.

INFORMATIVA	Taller: Una introspección reflexiva	Prefesores B.I.	Colegio Técnico Sucre	Dictado por Rodrigo Muñoz. Se retoma el recurso audiovisual de "Manchas que marcan" para de una forma didáctica, demostrar el impacto de las microagresiones verbales de género y asociarlo con interacciones y ámbitos de la vida cotidiana, el video consta de una historia animada de aproximadamente 3 min.
	Taller: Efectos individuales y sociales del uso de M.V.G.	Estudiantes de B.I.	Salón Azul USFQ	Dictado por Rodrigo Muñoz. Se retoma el recurso audiovisual de "Manchas que marcan" para de una forma didáctica, demostrar el impacto de las microagresiones verbales de género y asociarlo con interacciones y ámbitos de la vida cotidiana, el video consta de una historia animada de aproximadamente 3 min.
	BTL Maniquís Machas- Espacio público	Transeúntes y público Zona C.C. Recreo	C.C. Recreo	Replica del BTL de Maniquís con manchas desplegadas en un espacio transcurrido y central del Centro Comercial El Recreo.
	Charla USFQ: Violencia verbal, el Macroimpacto de las Microagresiones	Comunidad USFQ	Aula Magna Davinci 128	Dictado por Santiago Castellanos y Humberto Salazar, contexto sociocultural de las M.V.G. Se retoma el recurso audiovisual de "Manchas que marcan" para de una forma didáctica, demostrar el impacto de las microagresiones verbales de género y asociarlo con interacciones y ámbitos de la vida cotidiana, el video consta de una historia animada de aproximadamente 3 min.
RECORDACIÓN	Activismo	Asambleístas Nacionales	Asamblea Nacional	Entrega de documento con compromiso para retomar el "Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas" e incluir dentro de este a las microagresiones para que se brinde información.
	BTL USFQ - Replica de BTL de heridas	Comunidad USFQ	Hall Principal USFQ	Replica del BTL de Personas Heridas a realizarse en horas de mayor transcurencia en el Hall Principal de la Universidad.
	Evento Recaudación de fondos, Un cine que marca: Billy Elliot	Público en General	Hayek 104	Proyección de película que evidencia el ejemplo del uso de M.V.G. en la vida de una persona.
	Encuestas finales C. Sucre	Estudiantes B.I.	Aulas del Colegio Sucre- 1ro, 2do y 3ro B.I.	En 20-30 minutos de una hora de clase, se realiza una encuesta posterior a la campaña para determinar cual fue el impacto de la misma en el público objetivo.
	Evento de cierre: agradecimientos finales	Estudiantes B.I.	Angamarca	Se comparte un almuerzo en forma de agradecimiento por el constante apoyo durante la campaña y se entrega a los estudiantes de B.I. Amoricina 10 mg con la posología e indicaciones para el tratamiento de las mismas.

ANEXO C: POSOLOGÍA Y ETIQUETA AMORICINA 10MG

AMORICINA 10MG

COMPOSICIÓN CUALITATIVA:

Contiene respetamol, toleracilina, anti-estereotipocina.

INDICACIONES:

Tome una dosis cada vez que haya faltado el respeto a alguien mediante una frase derogatoria o insulto.
En caso de repetir más de 3 veces al día frases o palabras discriminatorias se recomienda tomar 3 dosis cada 8 horas.

ACCIÓN TERAPÉUTICA:

Conscientizante, visibilizador de la violencia verbal cotidiana.

POSIBLES EFECTOS SECUNDARIOS:

Intolerancia a la violencia verbal y a la perpetuación de estereotipos mediante el lenguaje.

Amoricina 10mg

Inhibidor de discriminaciones y prejuicios

**Respetamol/Toleracilina/Consideramicina
vía oral**

laboratorios **microAGRESIONES**
MACROimpactos

ANEXO D: ENCUESTA INICIAL Y FINAL PÚBLICO OBJETIVO

La siguiente encuesta es confidencial y anónima, toda la información proporcionada será usada para fines académicos.

1. Edad

- A. 15-17
- B. 18- 25
- C. 26- 30
- D. 30-35

2. **Género:** Masculino ____ Femenino ____

3. ¿Sabe qué son las Microagresiones Verbales de Género?

SÍ __ NO__

4. ¿Qué son las Microagresiones Verbales de Género?

- a. Expresiones de uso cotidiano que perpetúan los estereotipos de género.
- b. Malas palabras dichas en voz alta y que discriminan a otros.
- c. Verbos usados agresivamente.

5. ¿En qué aspectos o lugares cree que se experimentan las Microagresiones Verbales de Género?

- A. Con la familia
- B. Con los amigos
- C. En la calle
- D. En el trabajo
- E. En el estudio
- F. No se experimentan

6. En la escala del 1 al 5, clasifica el uso de las siguientes frases desde inofensivas (1) hasta agresivas e irrespetuosas (5)

- | | |
|---|-----------|
| A. Qué nena | 1 2 3 4 5 |
| B. ¡Qué gay! | 1 2 3 4 5 |
| C. Marica o maricón | 1 2 3 4 5 |
| D. Machita (a una mujer cuando siente algún dolor físico o emocional) | 1 2 3 4 5 |
| E. Marimacho | 1 2 3 4 5 |
| F. Carishina | 1 2 3 4 5 |
| G. Calientahuevos | 1 2 3 4 5 |
| H. Perra | 1 2 3 4 5 |
| I. Pateas/pegas/llores como niña (dicho a un niño) | 1 2 3 4 5 |

7. ¿Qué tan frecuentemente usa las frases o palabras mencionadas en la pregunta 6?

- A. Nada frecuente
- B. Poco frecuente
- C. Algo frecuente
- D. Muy frecuentemente

8. ¿Cree que es necesario que las microagresiones sean entendidas como una forma de violencia y discriminación?

SÍ __ NO__

9. Al momento de usar este tipo de expresiones para calificar a una persona y esta se siente ofendida usted piensa:

- A. "Qué exagerad@, no es para tanto"
- B. "Debo cambiar mi forma de dirigirme a las personas"
- C. "Fue la costumbre o mi inconciente, no pensé antes de hablar"
- D. "No entiendo por qué lo que acabo decir es ofensivo"
- E. "Tengo derecho a expresarme libremente"

10. ¿Estaría dispuest@ a cambiar o fomentar un cambio en cuanto al uso de insultos, frases o expresiones derogatorias?

SÍ ___ NO___ REALMENTE ME DA IGUAL___ DEPENDE_

¿POR QUÉ?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO E: STORYBOARD VIDEO MANCHAS QUE MARCAN





**LAS MANCHAS
PUEDEN PRODUCIR
NOTABLES DAÑOS
A LARGO PLAZO**



ANEXO F: BOLETÍN, AFICHE DE INVITACIÓN Y FOTOS EVENTO DE LANZAMIENTO



La Comunidad
para el desarrollo humano



Quito, 10 de Marzo del 2017

Boletín de Prensa #1

Evento Abierto al Público: Lanzamiento de Campaña “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos”

Lanzamiento de campaña de concientización y desnaturalización de la violencia perpetuada a través del lenguaje en acciones cotidianas incorporadas en la vida de los individuos que han sido invisibilizadas.

El evento de lanzamiento será el jueves 16 de marzo del 2017 de 17h30 a 20h00, Auditorio del Museo Nacional -Casa de la Cultura Ecuatoriana. La campaña nace como respuesta ante ésta problemática de violencia y se enmarca dentro del proyecto “Consejos Permanentes por la No Violencia” aplicado en instituciones educativas del Distrito Metropolitano de Quito. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” busca concientizar y sensibilizar a los jóvenes en general sobre todos los aspectos que abarcan las Microagresiones Verbales de Género; las cuales son expresiones, frases y palabras derogatorias que están presentes en la vida cotidiana, provocan fuertes impactos y causan la perpetuación de estereotipos sexistas y discriminatorios. Además, pretende generar un espacio de discusión que promueva la acción y el diálogo respecto a este problema mientras propone posibles soluciones. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” es realizada por La Comunidad para el Desarrollo Humano dentro del proyecto antes mencionado “Consejos Permanentes por la No Violencia” en conjunto con la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito.

El evento contará con activaciones BTL, intervención de expertos, presentación de testimonios reales sobre la violencia verbal e intervenciones artísticas alusivas a la campaña. Igualmente tendremos la presencia de representantes del Ministerio de Educación y del Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Esperamos contar con su presencia.

Para mayor información contactarse con:

Jacqueline Verdesoto
Directora Comunidad para el Desarrollo Humano
jacquelineverdesoto@yahoo.com
0984363045

Nicole Tejada
Estudiante USFQ
nicotejadag@gmail.com
0995213926

Andrea Ortiz
Estudiante USFQ
andrefer.ortiz@gmail.com
0999082607

☒

LANZAMIENTO
— DE LA —
CAMPAÑA

YO NO DIGO MICRO AGRESIONES

¡Que las palabras no marquen tu vida!

Enmarcado en:
"Proyecto De Consejos Por La No Violencia Activa"

La Comunidad para el desarrollo humano CCCCCI USRO COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

TRANSFORMA LA **NORMA** sus agresiones sus impactos

Auditorio 1 del Museo Nacional en la Casa de la Cultura Ecuatoriana (Av. 6 De Diciembre 16-224 y Patria). Fecha Jueves 16 de marzo 2017. Hora: 17:30







ANEXO G: TALLER 2, MICROAGRESIONES- MACROIMPACTOS: UNA INTROSPECCIÓN REFLEXIVA



ANEXO H: AFICHE PROMOCIONAL Y FOTOS CHARLA USFQ, VIOLENCIA VERBAL.

TRANSFORMA LA
NORMA
microagresiones macroimpactos

MACHONA
MARI-MAGRI

CRISHINA

MACHONA MANDARINA MACHONA A LA COCINA CRISHINA
AFEMINADO MARI-MAGRI MACHONA MACHONA MACHONA
CRISHINA MARI-MAGRI MACHONA MACHONA MACHONA
AFEMINADO MARI-MAGRI MACHONA MACHONA MACHONA

Charla
“VIOLENCIA VERBAL:
EL MACROIMPACTO
DE LAS MICROAGRESIONES”

con:
HUMBERTO SALAZAR SANTIAGO CASTELLANOS

Coordinador General
de Fundación Esquel
M.A. en Políticas Públicas
B.A. en Sociología

Decano Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas, USFQ
Ph.D. en Estudios Culturales
M.A. en Interdisciplinary Studies
B.A. en Psicología

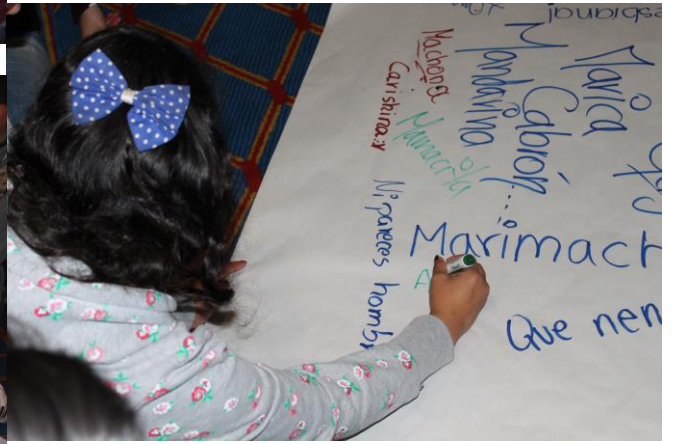
MIÉRCOLES 5 DE ABRIL 17:30
AULA MAGNA DA VINCI 128, USFQ

¡Que las palabras no marquen tu vida!



ANEXO I: FOTOS TALLER 3-EFECTOS INDIVIDUALES Y SOCIALES DEL USO DE MICROAGRESIONES





ANEXO J: AFICHE Y FOTOS EVENTO DE RECAUDACIÓN- UN CINE QUE MARCA: BILLY ELLIOT.



From the producers of
"Four Weddings And A Funeral," "Elizabeth" and "Notting Hill"

Billy Elliot

THIS FALL

UN CINE QUE MARCA

SALÓN HAYEK 104, USFQ
22.04.2017 17H00
DONACIÓN SUGERIDA \$5

GRATIS

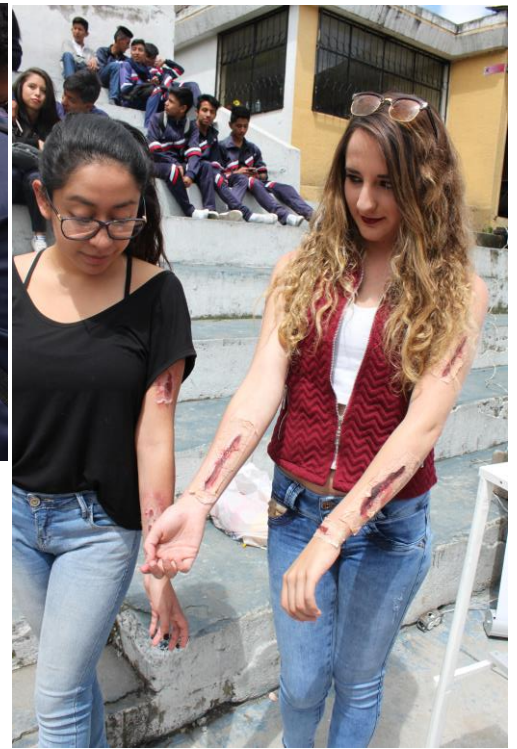
café melbas

Espacio Limitado, reserva tu entrada: 0995213926 / 0989082607



ANEXO K: BTL TÉCNICO SUCRE CARTELES MANIQUÍES, LETRERO Y FOTOS.







ANEXO L: BTL FEDERICO GAUSS



ANEXO M: BTL USFQ



ANEXO N: BTL C.C. EL RECREO



ANEXO O: ACTIVISMO



Quito, 26 de abril de 2016

GABRIELA RIVADENEIRA

PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA

PRESENTE. -

Por la presente carta quisiéramos presentar los motivos por los cuales consideramos necesario, justificado y razonable retomar con el "Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas" el cual estuvo vigente durante los años 2010 - 2014. Proyecto que lo llevo a cabo la Comisión de Transición hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género conjuntamente con el Gobierno Nacional de la República del Ecuador.

La Constitución de la República del Ecuador del año 2008 establece que el Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres a través del mecanismo especializado de acuerdo con la ley e incorporará el enfoque de género en planes y programas (Art. 70, Art. 156, Art. 157 y Disposición Transitoria Sexta).

La Comisión de Transición hacia el Consejo Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género, creada mediante Decreto Ejecutivo No. 1733, publicado en el Registro Oficial 601 el 29 de mayo de 2009. Es una entidad enfocada en ejecutar proyectos e iniciativas para la concienciación y educación acerca de la igualdad de género.

Esta entidad, al igual que la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo crearon la Agenda Nacional para la Igualdad de Género 2013 - 2017 que tenía como principal objetivo el generar un instrumento técnico-político para enfrentar la multicausalidad de la discriminación en razón de género, superar las brechas de inequidad y desigualdad que afectan a las mujeres y minorías. Dentro de esta agenda, el eje número 2 se enfoca en una vida libre de violencia.





El "Plan de Igualdad, No Discriminación y Buen Vivir para las Mujeres Ecuatorianas" fue un proyecto que se desarrolló antes de la creación de esta agenda, por lo tanto, no se incluyó en ella y venció su ejecución.

Dentro de sus objetivos principales se encontraba la educación a las comunidades ecuatorianas acerca de la violencia e igualdad de género, además de investigaciones acerca de la implementación del proyecto y sus resultados.

Fueron varios los beneficios derivados de esta iniciativa, por lo que se solicita que se retome con la ejecución del Plan extendiendo su duración y aumentando nueva información acerca de los temas a concientizar. Entre ellos, solicitamos que se incluya la información acerca de **microagresiones verbales de género**, las cuales son frases de uso cotidiano, naturalizado que perpetúan la violencia y discriminación, además de jerarquizar a lo masculino sobre lo femenino y causar graves efectos a largo plazo. La concientización de este tipo de violencia es relevante para el Plan ya que se asocia con la discriminación y muestra una de estas múltiples formas de discriminación que se da mediante el lenguaje.

Solicitamos respetuosamente que se tome en cuenta esta solicitud emitida y sus consideraciones, como parte de la campaña "Transforma la Norma: Microagresiones-Macroimpactos" enmarcada en el proyecto "Consejos Permanentes por la No Violencia Activa" que promueve "La Comunidad para el Desarrollo Humano", cuyo principal objetivo es la concientización sobre la microviolencia verbal de género. Cualquier comunicado que quieran remitirnos lo podrán realizar a la siguiente dirección de correo electrónico: microagresiones@gmail.com (0995213926)

Atentamente,

Andrea Ortiz
Co-directora Campaña
Microagresiones-Macroimpactos
171995389-3

Nicole Tejada
Co-directora Campaña
Microagresiones-Macroimpactos
171929312-6

ANEXO P: EVENTO DE CIERRE



ANEXO Q: VENTA DEL PRODUCTO



ANEXO R: SCRIPT CUÑAS

CUÑA 1

*Chica: Crecí pensando que era tan normal, tan innato ser mujer débil, frágil, jugar con muñecas y que todos te traten con delicadeza, creí q era normal que me digan *marimacho* si jugaba con hombres o que al crecer me digan *carishina* por no saber cocinar.

*Chico: A mi me en cambio me criaron para ser *el macho, el fuerte, el que nunca llora*, y si alguna vez lloré me dijeron *no seas niña*, me enseñaron a “proteger“ a las mujeres, pero no tanto o me convertiría en un *mandarina*.

*Narradora: ¿Creías que estas palabras que te dijeron, o dijiste, aquellas con las cuales te criaron y tú sin pensar repetiste no generan violencia?

Mira más a profundidad, siente el concepto machista, estereotipado y discriminatorio que tienen cada una de estas palabras ¿A ti no te marcaron?

*Chico y chica: ¡A mi me marcaron las microagresiones!

*Narradora: NO DEJES QUE LAS PALABRAS MARQUEN TU VIDA, NO DIGAS MICROAGRESIONES.

CUÑA 2

Chica: Hay marcas pequeñas que parecen insignificantes

Chico: Marcas casi imperceptibles y marcas gigantes

Chica: La violencia, que se asocia con marcas de sangre

Chico: Y las palabras que crean las marcas más grandes

Chica: Manchas y heridas que se vuelven imborrables

Chico: Violencia escondida que presenciamos cada día.

Chica: Palabras, insultos, frases denigrantes.

Chico: No sigas creyendo que no es importante.

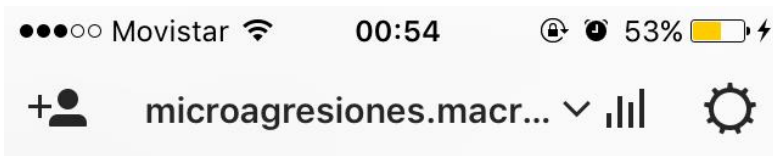
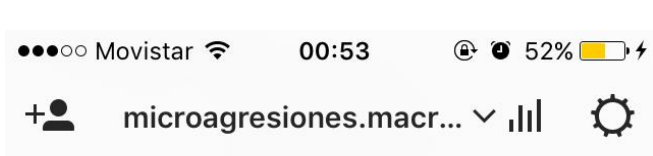
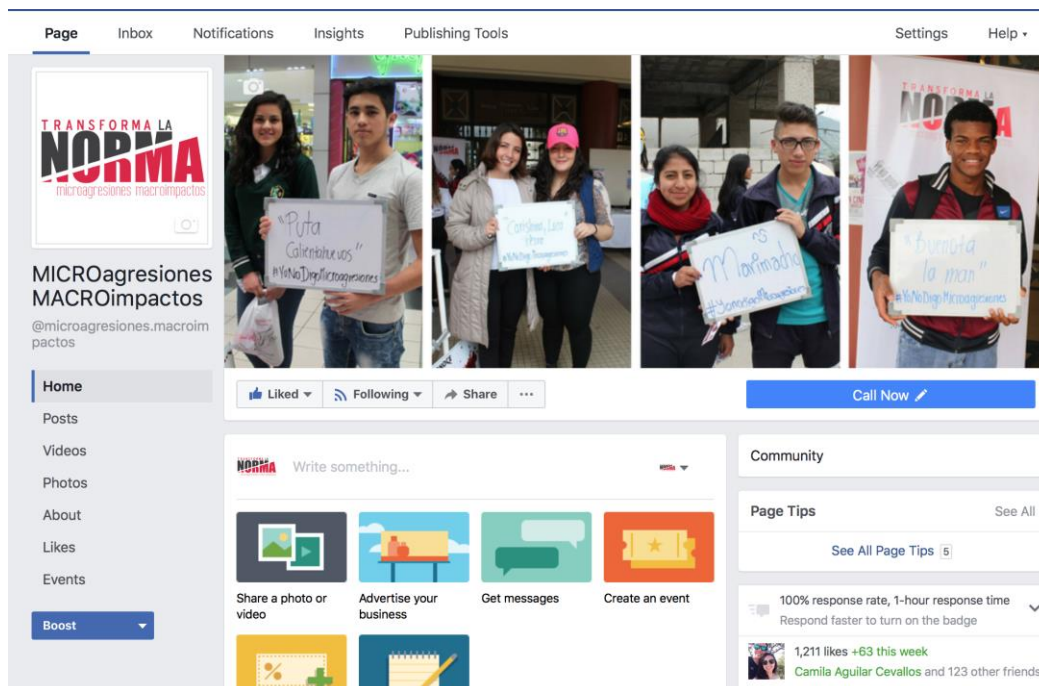
Narradora: Machita ,mandarina, marimacho, pareces gay, afeminado, carishina, loca, calientahuevos, fishfica, busca-maridos.

ME MARCA & TE MARCA

Chica y chico: Hablemos de las fuertes marcas que nos causan las palabras, ¡Marcas para toda la vida!

ÚNETE A LA CAMPAÑA TRANSFORMA LA NORMA: Microagresiones-Macroimpactos
Y NO DEJES QUE LAS PALABRAS MARQUEN TU VIDA

ANEXO S: REDES SOCIALES



[View Insights](#)

[Promote](#)



Liked by nico_stg, camilad24 and 14 others
microagresiones.macroimpactos BTL para entender el Macroimpacto de las #Microagresiones cada mancha representa una microagresión

Movistar 00:55 54%

microagresiones.macr...

View Insights Promote

Liked by andre.fer.16, waldo_espinosa and 10 others

microagresiones.macroimpactos
Empezamos! Charla USFQ D128

View 1 comment

CLARO 05:16 87%

Microagresiones
24 Tweets

Tweets Media Likes

Microagresiones @microa... · 4/5/17

Una de las @microagresiones más usada es ¡Qué gay! expresión que denota rechazo a lo femenino y/u homosexual. #YoNoDigoQuéGay

1 2

Microagresiones @microa... · 4/5/17

Según un estudio casi el 60% de los jóvenes quiteños admite haber sido víctima de una #Microagresión #YoNoDigoMicroagresiones

1

Microagresiones @microa... · 4/4/17

Las @microagresiones son frases de uso diario que perpetúan los estereotipos de género. #YoNoDigoMicroagresiones

1

Home Explore Notifications Messages Me

CLARO 05:16 87%

Microagresiones
24 Tweets

Tweets Media Likes

Microagresiones @microa... · 4/5/17

#MicroagresionesMacroimpactos

1 2

Microagresiones @microa... · 4/5/17

Taller Microagresiones Macroimpactos docentes B.I. Colegio Técnico Sucre #YoNoDigoMicroagresiones

Tweets Media Likes

Microagresiones @microagre... · 5d

Hoy hablando sobre Microagresiones en @secretostacones #YoNoDigoMicroagresiones instagram.com/p/BTnBI5lDvFy/

1

Microagresiones @microa... · 4/29/17

Confesiones reales de #microagresiones #YoNoDigoMicroagresiones instagram.com/p/BTe9AqUjsR4/

1

Microagresiones @microa... · 4/25/17

La @microagresiones se replican en ámbitos familiares, de estudio & espacios públicos #YoNoDigoMicroagresiones

Home Explore Notifications Messages Me

ANEXO T: TESTIMONIOS Y REACCIONES

 **Alisson Vargas** nosotros los jóvenes vivimos en una sociedad estereotipada por conceptos banales basados en nuestra manera de comportarnos, de vestir o simplemente de expresarnos vivimos en una sociedad en la que si no sigues las normas preestablecidas para "una sana convivencia social" estamos sumidas a miles de conceptos ridículos, todos debemos respetar a las personas y así lograr ganas respeto de ellas hacia nosotros.
Like · Reply · Message ·  1 · April 19 at 9:50pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Hola Alisson, lo que dices es una de las razones por las cuales los jóvenes no debemos conformarnos, sino luchar por lo correcto y buscar siempre mejorar desde uno mismo. Desnaturalizar a las Microagresiones es parte de esta lucha, ¡gracias por sumarte a la campaña y por compartir tan valiosa opinión!
Like · Reply ·  1 · Commented on by Nico Tejada Grijalva [?] · April 20 at 12:42am

10,921 people reached Boost Post

 Like  Comment  Share 

  David Anchaluisa, Fernanda Carolina and 58 others Chronological ▾

18 shares

 **Sissy Roses** Yo quiero un frasco!
Like · Reply · See Response ·  1 · April 24 at 9:50pm

 **Alejo Guevara Romo** Me encanta 😊
Espero que también sirva para la xenofobia porque ya he empezado a oír los "Bestia como nos han invadido los venezolanos cubanos y chinos"
Like · Reply · See Response ·  1 · April 24 at 11:24pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Hola Alejo, las microagresiones existen en todos los contextos cotidianos incluso aquellos como menciones; generando violencia a través de la discriminación racial, étnica o por el lugar de donde vienes. ¡Gracias por tu interés en la campaña! Esperamos nos contactes para poder adquirir una Amoricina 10mg.
Like · Reply · Commented on by Nico Tejada Grijalva [?] · April 24 at 11:30pm

 **Miki Jácome** Aleja Montalvo Necesito uno de estos
Like · Reply · See Response · April 25 at 8:32pm

Mis más sinceras felicitaciones. Su campaña se ve espectacular.

 **Soraya Grijalva**
April 13 at 10:09pm 🌐

Excelente campaña ...felicitaciones!!!!

1 Like 

[Unlike](#) · [Comment](#) · [Message](#)

76 shares 16 Comments

 **Andre Fernanda Ortiz Andrade** Hermoso 😊 Que perfecta explicación de lo que son las Microagresiones
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 2:16pm

 **Andrés Mitte** Muchas gracias por la explicacion, me ayudó a entender que las palabras discriminatorias que decimos no son insignificantes...
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 4:09pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Gracias Andrés por tu comentario te invitamos a compartir el video con tus amigos.
Like · Reply · Commented on by Andre Fernanda Ortiz Andrade [?] · March 26 at 4:45pm

 **Andreina Vazquez** Q exlenteeeeeee explicacion !!!!! Mas campañas.asi 🙌🙌
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 4:15pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Andreina, gracias por tu comentario no te olvides de seguirnos y compartir el hashtag #YoNoDigoMicroagresiones
Like · Reply · 1 · Commented on by Andre Fernanda Ortiz Andrade [?] · March 26 at 4:46pm

↳ View more replies

MIÉRCOLES 5 DE ABRIL 17:30
AULA MAGNA DA VINCI 128, USFQ

¡Que las palabras no marquen tu vida!

 La Comunidad para el desarrollo humano

 COCO USFQ

Oswaldo Espinosa, Cris Torres and 6 others 1 Comment

Like Comment Share

 **Francesca Guerini** No quiero involucrar la política pero es un claro ejemplo de micromachismo...

 "EN MIS TIEMPOS LOS MILITARES TENIAN HUEVOS... AHORA CON EL SOCIALISMO YA HASTA MENSTRUAN"
El loco que era

Like · Reply · Message · April 4 at 11:28pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Y de hecho, por expresiones retratadas como cómicas o normales, es que se perpetúan los estereotipos de generaciones en generaciones. ¡Gracias por el aporte!
Like · Reply · 1 · Commented on by Nico Tejada Grijalva [?] · April 4 at 11:32pm


 **Francisco Contreras** "Este síndrome triangular de la violencia debería contrastarse mentalmente con un síndrome triangular de la paz, en el cual la paz cultural genera paz estructural, con relaciones simbióticas equitativas".
Johan Galtung
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 4:15pm


 **MICROagresiones MACROimpactos** Que excelente comentario, gracias Francisco por tu apoyo a esta campaña.
#YoNoDigoMicroagresiones
Like · Reply · 1 · Commented on by Andre Fernanda Ortiz Andrade [?] · March 26 at 4:47pm

 **Fernanda Belén Villalba Nieto** Considero que con este video cualquiera puede entender la gravedad de las MICROagresiones y el MACROimpacto que estas tienen en nuestras vidas. Con esta campaña se puede generar conciencia para detener esta clase de agresiones que conllevan finalmente a la discriminación y violencia.
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 4:23pm


 **MICROagresiones MACROimpactos** Fernanda Belén gracias por tu apoyo a esta campaña, te invitamos a seguirnos y compartir el video.
Like · Reply · 2 · Commented on by Andre Fernanda Ortiz Andrade [?] · March 26 at 5:33pm


 **Soledad Pazmiño** Sigán adelante con su campaña!!!
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 4:31pm

 **Pamela Borja** Que buena campaña! #YoNoDigoMicroagresiones
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 7:08pm

 **Miguel Alejandro Muñoz Flores** Me parece súper la campaña, y sobre todo si se comparte a los más pequeños, el respeto a los demás se aprende y comienza a aplicar desde la niñez 😊 !!
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 8:18pm

 **MICROagresiones MACROimpactos** Miguel gracias por tu apoyo a esta campaña te cuento que ya estamos trabajando con jóvenes desde 14 a 18 años.. ayúdanos compartiendo el video & no te olvides de dar like a nuestra página.
Like · Reply · 1 · Commented on by Andre Fernanda Ortiz Andrade [?] · March 26 at 8:24pm

 **Konstantin Garcés** Chevere sigan adelante chicas!
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 8:26pm

 **Oswaldo Espinosa** #YoNoDigoMicroagresiones
Like · Reply · Message · 1 · March 26 at 8:28pm

 **Esquel Juventudes** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

Show Attachment

Like Comment Share

 **Esquel CLIC** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

Show Attachment

Like Comment Share

 **Fundación Esquel** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

"Manchas que marcan" y que con el paso de la vida pueden ser imborrables MICROagresiones MACROimpactos, #YoNoDigoMicroagresiones

Show Attachment

Lidia Roldan Veliz, Antonio Romoleroux and 2 others

 **Carolina Vergara Contador** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

para transformar la cultura de la microagresión que va minando poco a poco y les hace creer a las mujeres que exigen sus derechos, que están fuera de lo que el sistema patriarcal considera normal.

Show Attachment

Like Comment Share

Write a comment...

 **Ernesto Beltrán** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

Show Attachment

Like Comment Share

 **Maria Gabriela Alvear Olmedo** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
April 5 · 🌐

excelente...conéctate hoy... que el paso de los años te deje aprendizajes..No marcas..

Show Attachment

1 Comment

 **Octubre por la Paz y la Noviolencia** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
March 27 · 🌐

La Comunidad para el Desarrollo Humano y estudiantes de la Universidad San Francisco, continuamos impulsando la Campaña Microagresiones Macroimpactos. Compártelo!

Show Attachment

MICROagresiones MACROimpactos, Chusmin Salinas and Jose Sánchez

Like Comment Share

 **Espacio No Violento** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
March 27 · 🌐

La Comunidad para el Desarrollo Humano y estudiantes de la Universidad San Francisco, seguimos impulsando la Campaña Microagresiones Macroimpactos. Compártelo!

Show Attachment

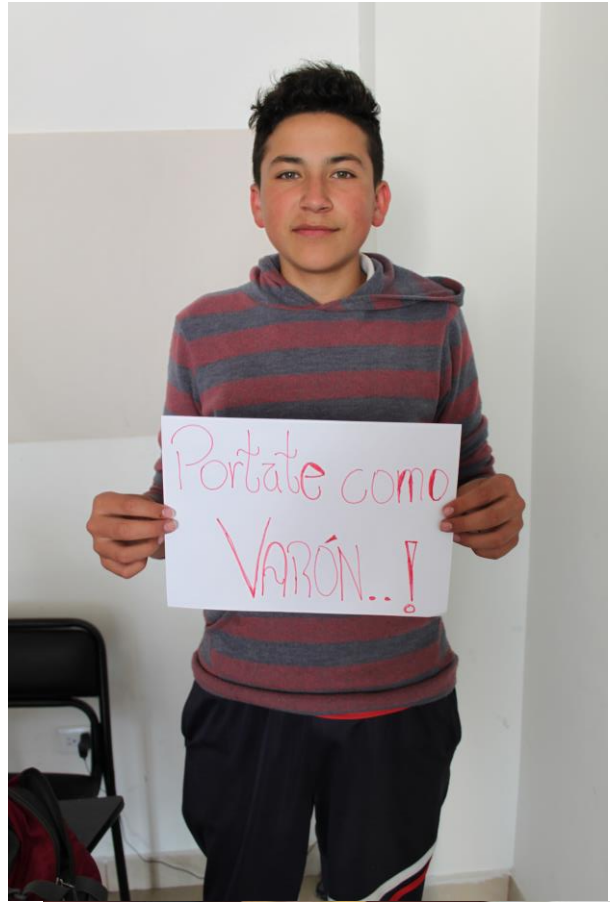
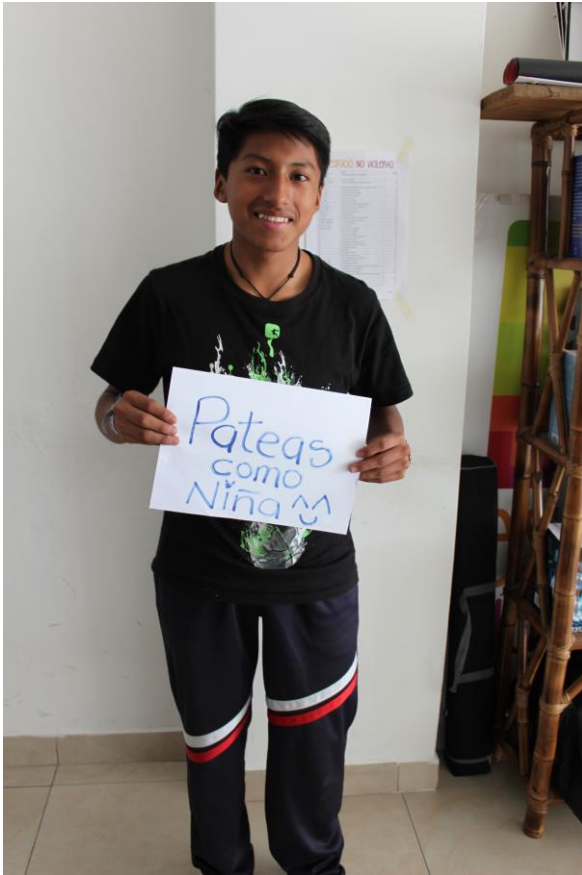
3

Like Comment Share

 **La Comunidad para el Desarrollo Humano Ecuador** shared MICROagresiones MACROimpactos's video.
March 27 · 🌐

Seguimos en la Campaña Microagresiones Macroimpactos. Compártelo!

Show Attachment









ANEXO U: BOLETÍN DE PRENSA, ARTÍCULO AULA MAGNA Y FOTOS ENTREVISTAS MEDIOS TRADICIONALES



La Comunidad
para el desarrollo humano



Quito, 10 de Marzo del 2017

Boletín de Prensa #1

Evento Abierto al Público: Lanzamiento de Campaña “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos”

Lanzamiento de campaña de concientización y desnaturalización de la violencia perpetuada a través del lenguaje en acciones cotidianas incorporadas en la vida de los individuos que han sido invisibilizadas.

El evento de lanzamiento será el jueves 16 de marzo del 2017 de 17h30 a 20h00, Auditorio del Museo Nacional -Casa de la Cultura Ecuatoriana. La campaña nace como respuesta ante ésta problemática de violencia y se enmarca dentro del proyecto “Consejos Permanentes por la No Violencia” aplicado en instituciones educativas del Distrito Metropolitano de Quito. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” busca concientizar y sensibilizar a los jóvenes en general sobre todos los aspectos que abarcan las Microagresiones Verbales de Género; las cuales son expresiones, frases y palabras derogatorias que están presentes en la vida cotidiana, provocan fuertes impactos y causan la perpetuación de estereotipos sexistas y discriminatorios. Además, pretende generar un espacio de discusión que promueva la acción y el diálogo respecto a este problema mientras propone posibles soluciones. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” es realizada por La Comunidad para el Desarrollo Humano dentro del proyecto antes mencionado “Consejos Permanentes por la No Violencia” en conjunto con la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito.

El evento contará con activaciones BTL, intervención de expertos, presentación de testimonios reales sobre la violencia verbal e intervenciones artísticas alusivas a la campaña. Igualmente tendremos la presencia de representantes del Ministerio de Educación y del Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Esperamos contar con su presencia.

Para mayor información contactarse con:

Jacqueline Verdesoto
Directora Comunidad para el Desarrollo Humano
jacquelineverdesoto@yahoo.com
0984363045

Nicole Tejada
Estudiante USFQ
nicotejadag@gmail.com
0995213926

Andrea Ortiz
Estudiante USFQ
andrefer.ortiz@gmail.com
0999082607

☒



Quito, 2 de Mayo del 2017

Boletín de Prensa #1

Campaña contra la violencia verbal: “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos”

Campaña de concientización y desnaturalización de la violencia perpetuada a través del lenguaje discriminatorio en acciones cotidianas invisibilizadas e incorporadas en la cultura ecuatoriana.

La campaña nace como respuesta ante la problemática de violencia verbal cotidiana y busca concientizar y sensibilizar a los jóvenes sobre todos los aspectos que abarcan las Microagresiones Verbales de Género; las cuales son expresiones, frases y palabras derogatorias que están presentes en la vida cotidiana de las personas; estas tienen lugar en distintos ámbitos familiares, espacios públicos, educativos, entre otros. Las microagresiones provocan fuertes impactos a nivel psicológico y social ya que causan la perpetuación de estereotipos sexistas y discriminatorios.

Mediante esta iniciativa se pretende mantener un espacio de discusión que promueva la acción y el diálogo respecto a este problema mientras se promueven posibles soluciones para el mismo. “Transforma la Norma-Microagresiones Macroimpactos” es realizada por La Comunidad para el Desarrollo Humano dentro del proyecto “Consejos Permanentes por la No Violencia” en conjunto con la carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito y está siendo aplicada como proyecto piloto en los Bachilleratos Internacionales del Colegio Técnico Mariscal Sucre y la USFQ, con jóvenes entre los 17 y 24 años como público objetivo.

Hasta el momento se han producido capacitaciones y talleres con el público objetivo; el evento de lanzamiento con la asistencia de varios colegios de Quito; además la producción de videos didácticos explicativos sobre el tema; un jingle inédito de la campaña producido por uno de los alumnos del Colegio Sucre; piezas gráficas que evidencian a la violencia verbal sexista, videos de apoyo por nuestros voceros de campaña, Papá Changó y demás material de apoyo.

Dentro del plan de campaña, también se han realizado activaciones BTLs, en el Colegio Técnico Sucre, en la USFQ y espacios públicos; además de talleres con el público objetivo, entre otros. Finalmente, a manera de activismo, se acudió a la asamblea y se presentó un documento en el que se compromete valorar a las microagresiones dentro de un plan de igualdad social y contra discriminaciones.

Página oficial de Facebook: <https://www.facebook.com/microagresiones.macroimpactos/?fref=hovercard>

Para mayor información contactarse con:

Andrea Ortiz	Nicole Tejada
Estudiante USFQ	Estudiante USFQ
andrefer.ortiz@gmail.com	nicotejadag@gmail.com
0989082607	0995213926

Espacio No Violento | Rubio de Arévalo No. 142
La Floresta • Quito - Ecuador
Cel.: 098 436 3045

El macroimpacto de las microagresiones

Por: Juan José Muñoz

Aunque pareciera que el uso de la palabra microagresión fue inventada en la última década, ese no es el caso. La primera vez que surgió el término fue en los años setenta y al igual que ahora, sirven para mostrar actitudes despectivas hacia grupos sociales determinados.

Carishina, fishica, marimacho o calienta huevos, son ejemplos de palabras o expresiones derogatorias que reflejan los prejuicios de la sociedad ecuatoriana. Estos términos son adquiridos culturalmente y consisten en repetir un estereotipo o desestimar fácilmente el punto de vista de alguien, ya sea por su religión, etnicidad o tipo de género.

Y lo más grave, las personas pueden estar completamente inconscientes de que tienen una visión prejuiciada.

Santiago Castellanos, decano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCO A), indica que los insultos o microagresiones recaen en el lenguaje performativo.

“Los enunciados performativos son aquellos que producen algo después de ser enunciados.

Por ejemplo, yo los declaro marido y mujer (...) Se crea en ese momento la pareja por la autoridad investida en la persona que lo dice”. Sin embargo, hay otros ejemplos no tan positivos del lenguaje performativo.

Al momento que se dan pequeñas burlas, tratos o insultos a una persona, inmediatamente producen un efecto que antes no existía en ella. “Los insultos tienen una carga emocional que con solo decirlos producen una incomodidad o insatisfacción”, explica Castellanos y advierte que la repetición de este tipo de agresión sutil puede provocar efectos psicológicos devastadores.

¡Que las palabras no marquen tu vida!

Andrea Ortiz y Nicole Tejada estudiantes de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), crearon la campaña comunicacional Transforma la Norma. La iniciativa busca que las personas eviten el uso de discriminación y agresiones camufladas en la sociedad.

“Las microagresiones no son detectadas como algo malo. Se las escucha y se van adaptando a la sociedad”, indica Ortiz; mientras Tejada explica que la influencia cultural de la publicidad, los medios y otras instituciones son los causantes de este tipo de agresiones.

Es decir, son comportamientos que se crean a partir de una mentalidad y se aprenden de lo que rodea a la persona. “Vivimos en una cultura católica, machista que te dicen que si no sabes cocinar eres una carishina”. Esto haciendo referencia a que se rompen los estándares de feminidad normales y se critica lo que es diferente o fuera de lo común.

Los escépticos apelan a que estas personas que se quejan de ser tratadas de manera diferente están siendo demasiado sensibles. Sin embargo, si estas personas consideran que las pequeñas diferencias no tienen gran influencia en los resultados de vida, es aquí donde se debe centrar más la atención.

Lanzamiento de la campaña MICROagresiones- MACROimpactos

17.03.2017 - Quito - Rossana A. Cedeño



(Imagen de Santiago Bolaños - Presenza Ecuador)

La Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”, abrió sus puertas para el lanzamiento de la campaña “Transforma la norma: Microagresiones- Macroimpactos”, impulsada por Nicole Tejada y Andrea Ortiz, ambas estudiantes de la Facultad de Comunicación Organizacional, de la Universidad San Francisco de Quito y por La Comunidad para el Desarrollo Humano, organización humanista que trabaja impulsando Consejos Permanentes por la No Violencia Activa en diversas instituciones educativas de Quito.

A pesar del ambiente frío y lluvioso de la capital ecuatoriana, dentro del auditorio de la Casa de la Cultura se vivió una jornada colorida, llena de adolescentes de varios establecimientos educativos, música, reflexiones y experiencias personales que cumplieron su meta de informar y motivar a los jóvenes a cambiar la cultura lingüística violenta, aprendida a través de la normalización de la violencia de género.

Conversamos con Nicole Tejada y Andrea Ortiz, creadoras de la campaña y nos cuentan que la misma nace como un proyecto de tesis a partir de un tema de género, de donde se desprende el nombre de “Transforma la norma”, que tiene varias líneas de trabajo. Ellas se enfocaron en Microagresiones- Macroimpactos, inspiradas en las vivencias cotidianas desde su entorno académico hasta las redes sociales.



Explican que las micro agresiones verbales de género, son frases y palabras de uso cotidiano que perpetúan los estereotipos de los diferentes grupos sociales; por esta razón, el público objetivo son los jóvenes de entre 15 y 18 años, que utilizan más las frases coloquiales aprendidas desde generaciones pasadas e incluso tienen la capacidad de adaptar palabras nuevas al lenguaje cotidiano.

El reto de la campaña es crear conciencia sobre el macro impacto que tienen esas micro agresiones, que se vuelven condicionantes de la imagen y reputación de las persona; además que los jóvenes ya no lo tomen a la ligera, sino que propongan espacios de acción, diálogo y promoción para llegar a posibles soluciones.

Tanto el equipo impulsor de La Comunidad para el Desarrollo Humano, como Nicole y Andrea, son conscientes de que es un trabajo arduo con resultados a largo plazo. Al momento, en el marco de los procesos que lleva adelante La Comunidad, la campaña se ha puesto en marcha en el Colegio Municipal Antonio José de Sucre de la ciudad de Quito. Se aspira a llegar a muchos establecimientos educativos.

Aspiran también a que realice un filtro del contenido de los textos educativos, para así evitar el uso de lenguaje discriminatorio en el pensum educativo y, además, quieren lograr que las micro agresiones sean legislativamente consideradas como violencia.

Andrea Ortiz nos insta a tomar conciencia de las palabras que utilizamos a diario para disminuir el lenguaje discriminatorio e influir en las personas de nuestro entorno. Por otro lado, Nicole Tejada considera que lo importante es dirigirse al centro de nuestra sociedad que es la familia, donde muchas veces no se tiene conciencia del macro impacto que tienen las palabras.

Finalmente, desde la perspectiva de La Comunidad para el Desarrollo Humano, la transformación en los modos de relacionarnos y convivir en los espacios más cercanos, como la familia y la escuela, es central en el camino de la construcción de una sociedad y un Ecuador Noviolento.

Radio Casa de la Cultura



Radio On Air Radio Streaming



Radio La Deportiva



Radio Pichincha



Canal RTU



Radio Click UDLA



Radio La Redonda



ANEXO V: PIEZAS COMUNICACIONALES



BUENOTA LA MAN

¡Que las palabras no marquen tu vida!

La Comunidad para el desarrollo humano COCCOCI USPO COLEGIO DE COCINACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

TRANSFORMA LA **NORMA** microagresiones macroimpactos



MACHISHINA

¡Que las palabras no marquen tu vida!

La Comunidad para el desarrollo humano COCCOCI USPO COLEGIO DE COCINACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

TRANSFORMA LA **NORMA** microagresiones macroimpactos

MACHONA

¡Que las palabras no marquen tu vida!

La Comunidad para el desarrollo humano **COCOCI**.USPQ. COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

TRANSFORMA LA **NORMA** microagresiones - macroimpactos

CALIENTA HUEVOS

¡Que las palabras no marquen tu vida!

#YoNoDigoMicroagresiones

La Comunidad para el desarrollo humano **COCOCI**.USPQ. COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

TRANSFORMA LA **NORMA** microagresiones - macroimpactos

