

Estrategia de comunicación gráfica para prevenir el machismo y micromachismo en jóvenes adultos de sectores populares de Bogotá, en sus relaciones de pareja.

Sergio Alejandro Casas Trompetero

Camilo Andrés Guevara Carrillo

Jhojan David Trujillo

Corporación Universitaria Unitec
Curso Preparatorio Para Grado CPG

24 de mayo De 2023

Tabla de contenido

<i>Planteamiento Del Problema</i>	3
<i>Justificación</i>	3
<i>Pregunta</i>	3
<i>Objetivo General</i>	3
<i>Objetivos Específicos</i>	4
<i>Marco Teórico</i>	4
<i>Conclusión</i>	9
<i>Referencias</i>	10
<i>Anexos</i>	10

Planteamiento Del Problema

En la ciudad de Bogotá, se ha venido hablando del machismo como una cultura arraizada desde varias generaciones, y es aquí donde el desconocimiento a los derechos de las mujeres a ejercer labores o ciertos oficios y sus capacidades se han visto limitados por este factor.

El machismo y micromachismo ha sido en sectores populares marca de virilidad y un distintivo en algunas relaciones de pareja, llevando a la violencia de género hacia las mujeres, y llevando en algunas ocasiones a consecuencias como feminicidios.

Desde la Alcaldía Mayor de Bogotá se han venido desarrollando programas dirigidos a la población masculina de diferentes edades, en pro de una nueva generación de hombres participativos en las labores del hogar y de las dinámicas de pareja en entornos equitativos socialmente.

Es importante desde la academia generar comunicaciones claras y objetivas, de modo que puedan persuadir de manera efectiva al hombres jóvenes y adultos de sectores populares en Bogotá, que presentan actitudes machistas en sus relaciones de pareja a través de una estrategia de comunicación gráfica, con el fin que se adopten actitudes y comportamientos respetuosos hacia las mujeres y prevengan la violencia de género.

Justificación

El machismo es un factor fundamental en la violencia de género, ya que este sistema de pensamiento y comportamiento promueve la idea de que los hombres son superiores a las mujeres y que tienen derecho a controlar sus vidas. Este tipo de pensamiento puede manifestarse en diferentes formas de violencia, como la física, la psicológica, la sexual y la económica. Además, la cultura patriarcal en la que estamos inmersos normaliza este tipo de comportamientos y minimiza su gravedad. Por ejemplo, se nos enseña que los hombres son más fuertes y agresivos que las mujeres, y que es normal que expresen su masculinidad de esta manera. También se nos enseña que las mujeres son más emocionales y débiles, y que necesitan la protección de los hombres.

Pregunta

¿Cómo puede una estrategia comunicativa gráfica, ayudar a reducir en los hombres de sectores populares de la ciudad de Bogotá conductas y comportamientos machistas y micro machistas en una relación de pareja?

Objetivo General

Sensibilizar a los hombres influenciados por la cultura machista en Bogotá sobre la importancia de erradicar el machismo y el micromachismo en las relaciones de pareja, a

través de una estrategia de comunicación gráfica, con el fin de reducir los índices de feminicidio en la ciudad.

Objetivos Específicos

- Investigar las conductas y los comportamientos machistas que se pueden presentar en una relación de pareja.
- Generar reflexión en los hombres sobre las consecuencias del machismo y micromachismo en la relación de pareja a través de una estrategia de comunicación gráfica.
- Promover la igualdad de género y respeto hacia las mujeres en todas las formas de relación interpersonal.
- Desarrollar la estrategia de comunicación gráfica aplicando los hallazgos encontrados.

Marco Teórico

“Los marcos normativos de la región utilizan los términos “femicidio” y “feminicidio” para referirse a la muerte violenta de mujeres por razones de género, diferenciándolos del concepto neutral en términos de género de homicidio.” (ONU, año 2017, <https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2017/12/alto-al-feminicidio>)

Las cifras de feminicidios en Colombia y América latina aumentan cada día aún más. Según los datos registrados por el Observatorio Colombiano de Feminicidios, a nivel nacional se registran 619 casos de feminicidios en el año 2022 y específicamente en la ciudad de Bogotá se registran 83 casos de feminicidios en el mismo año. Actualmente, el último reporte registrado denota cifras de 17 casos presentados en la ciudad de Bogotá, dato actualizado el 3 de marzo del 2023.

Está claro que la violencia contra la mujer es una problemática muy amplia que actualmente afecta a nuestra sociedad. Según el registro realizado por el Observatorio Colombiano de Feminicidios, señala que en el mayor porcentaje de sujetos feminicidas se ubica en conocidos dentro de los cuales se especifica a compañeros permanentes, novios y exnovios de las víctimas.

Queda claro que el fenómeno de mayor violencia contra la mujer se encuentra asociado a las relaciones interpersonales de las víctimas y los victimarios.

Es pertinente mencionas que vivimos en una sociedad machista que normaliza este tipo de comportamientos y pensamientos, y que en ocasiones puede llegar a victimizar al victimario.

Según una encuesta de la Secretaría Distrital de la Mujer en Bogotá, revela que los hombres entre las edades de 18 y 39 años son los más propensos a tener actitudes machistas y sexistas. La encuesta reveló que el 34,5% de los hombres encuestados entre

estas edades cree que las mujeres son inferiores a los hombres, y el 37,5% cree que las mujeres deberían dedicarse exclusivamente a las tareas del hogar.

Dentro de las campañas que buscan prevenir la violencia contra las mujeres, se encuentra referenciada “Escuela de hombres al cuidado”, en donde el distrito busca que los hombres asuman responsabilidades en los cuidados del hogar. La campaña se ejecuta en el año 2021, como prevención al machismo y una solución a las problemáticas interpersonales que se vienen presentando en los hogares de Bogotá, rompimiento estereotipos de género y dándole un valor fundamental al arduo trabajo no remunerado que implica el cuidado del hogar.

El 17 de diciembre del año 2020, se ejecuta una acción piloto titulada como Línea Calma, la cual surge de un diagnóstico realizado para identificar en qué condiciones se encontraba Bogotá para garantizar los derechos de igualdad y respeto de género. En el contexto el proyecto se comenta que *“La principal causa de la violencia intrafamiliar era la violencia de pareja (66,5% de los casos), las mujeres eran las principales víctimas de esa violencia (81,9%) y sus compañeros, excompañeros y esposos los principales agresores.”* (Memoria de Acción Piloto: Línea Calma, Bogotá D.C, años 2021, Subsecretaría Distrital de Cultura Ciudadana y Gestión del Conocimiento - Dirección Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural). El proyecto finaliza su fase piloto el 31 de mayo del 2021. En los cinco meses de ejecución se lograron atender 1133 llamadas, cuyo fin fue generar la captura de información y atender situaciones complejas como conductas suicidas y crisis emocionales.

Dentro de los datos obtenidos se promedió que el 54% de los hombres que se comunicaban, lo hacían por una crisis emocional a casa de un duelo amoroso o conflictos familiares. El 42% de los hombres llamó por situaciones de violencia intrafamiliar a causa de celos, infidelidad o conflictos por cuidado. Y el 4% de los hombres se comunicó por situaciones de violencia machista en espacio público.

Tomando la anterior información obtenida en la investigación, se argumenta que el tema fundamental para prevenir el machismo y micromachismo en la ciudad de Bogotá tiene que centrarse en la concepción presente en los hombres jóvenes adultos, entre las edades de 18 a 39 años, acerca de machismo y micromachismo presente en sus vidas. De qué forma asimilan que pueden llegar a verse envueltos en pensamientos o actitudes que ellos mismos consideran o no machistas y de qué manera pueden prevenirlo.

Método

Se trata de abordar el problema desde un diseño de investigación cualitativa, exploratoria, debido a la necesidad de indagar en los comportamientos de una sociedad, y que, por medio de la recopilación de información primaria y secundaria, tendrá como resultado una estrategia comunicativa gráfica.

Como medio de respuesta a la anterior problemática planteada, se ejecutan tres entrevistas utilizando la metodología cualitativa. Cada entrevista tiene una duración promedio de 20 a 30 minutos. En ellas se buscan situaciones en las que el entrevistado haya considerado haber presentado acciones y pensamientos machistas en sus relaciones de pareja actuales o pasadas. Las entrevistas lograron obtener la siguiente información.

Entrevista #1 Anexo 1	
Información	Descripción
Nombre	Santiago Gómez
Edad	28 años
Estrato Socioeconómico	Dos
Ocupación	Asesor comercia
Ubicación	Bogotá D.C
Verbatim de interés investigativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Difícil contextualizar la parte laboral con lo personal “ 2. “Inseguridad y desconfianza “ 3. El alcohol cumple su objetivo “ 4. “La crianza y la sociedad me inculcan el ser machista “ 5. “Abstenerse de expresar “

Entrevista #2 Anexo 2	
Información	Descripción
Nombre	Oscar Camelo
Edad	39 años
Estrato Socioeconómico	Tres
Ocupación	Psicólogo
Ubicación	Bogotá D.C
Verbatim de interés investigativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Infundado por mi abuelo, padre y tío “ 2. “Los hombres no chillan “ 3. “Mi mujer fue una mujer machista “
	<ol style="list-style-type: none"> 4. “Los hombres en la cocina huelen a caca de gallina “ 5. “Mi madre me dice no te preocupes yo te atiendo “

Entrevista #3 Anexo 3	
Información	Descripción
Nombre	Jean Calderón
Edad	25 años
Estrato Socioeconómico	Dos
Ocupación	Estudiante
Ubicación	Bogotá D.C

Verbatim de interés investigativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realmente si me molestaba mucho que alguien más mirara a mi pareja... con ese morbo, con ese tipo de miradas que uno ya se detalla, porque uno a lo largo de la vida ya conoce ese tipo de miradas o uno ya las ha hecho “ 2. “Sentí que no me sentía respetado. Sentí que ella estaba muy abierta a otros tipos u otras personas, entonces se pierde el respeto. Ya no le hablaba bien o le hablaba con dos piedras en la mano “ 3. Ya no le presta esa atención que uno antes tenía. Ya uno no es el centro de atracción “ 4. “Yo diría que, si somos más agresivos, somos más de actuar, de utilizar los puños que la razón “ 5. “Yo siento que eso también es como cultura. El que se ensucie las manos con ese tipo de maquinaria, con ese tipo de cosas, es mas de hombres. Yo creo que eso es más tradicional “
-----------------------------------	---

Las entrevistas arrojan una tendencia en donde la mayoría de las situaciones en las que se ven involucradas actitudes y pensamientos machistas y micro machistas en los hombres, son justificados o normalizados culpando a factores externos, no propios como la sociedad, la cultura, el alcohol e incluso a la misma pareja.

De lo anterior, se encuentra como oportunidad de abordaje la necesidad de generar reflexión al hombre sobre la importancia de hacerse responsable por sus propios actos o pensamientos, que lo pueden llevar a constituirse como una persona machista. Por la misma razón la campaña planteada debe pensar la forma correcta de generar el interés de comunicación en los hombres, teniendo como resultado final la reflexión y el inicio de un cambio positivo a nivel social y personal.

A continuación, se describen las principales iniciativas metodológicas enfocadas a la investigación, estas dan cuenta de cómo se abordó la recopilación de datos en términos de: tipo de investigación, análisis de la información, procedimiento de aplicación y registro de datos.

Metodología Cualitativa

El tipo de información que se estableció como objetivo obtener desde los entrevistados correspondió a la vida íntima /privada referente a la percepción de ideas desarrolladas y alimentadas dentro de las variables de crianza, cultura, educación, sociedad convirtiéndose en los paradigmas de la realidad actual.

Tipo y Diseño De Estudio:

Se implemento una estrategia de metodología cualitativa exploratoria correspondiente a entrevistas presenciales con el objetivo de realizar indagación y captura de información con el fin de realizar un análisis buscando una construcción de ideas y argumentos para obtener fundamentos en los hallazgos de la investigación.

Fue enfocada la investigación en esta herramienta de recolección de datos que permite un acercamiento a los sujetos, y comprender qué es lo que quieren decir o expresar libremente respecto a su entorno, percepciones, opiniones e ideas.

Recolección De Datos:

Variables	Descripción	Descripción
Edad	Hombres 26 y 39 Años	Población masculina
Estado civil	Solteros, Casados	La mayoría de los hombres en este rango 57,4%, seguidos de casados 35,4 % y separados 4,4%.
Ocupación	Empleados profesionales y tecnólogos	Las ocupaciones más comunes en este grupo de edad son: trabajadores de servicios personales 12,3,
		trabajadores del comercio y vendedores 11,4, profesionales 12,3, trabajadores del comercio y vendedores 11,4%, profesionales, científicos e intelectuales 9,6%, técnicos y profesionales de apoyo 8,3%, y operarios y artesanos 8,2%.
Estrato	1, 2, 3	Barrios populares

Ubicación	Bogotá D.C	Ciudad foco de la investigación
-----------	------------	---------------------------------

Conclusión

Analizando cada entrevista que se realizó, se determina un mismo patrón de comportamiento y justificación, donde cada uno de los entrevistados hace referencia a la sociedad, cultura y crianza, haciéndola responsable de las acciones y comportamientos machistas. Por lo tanto, el objetivo es sensibilizar ese pensamiento por medio de una estrategia de comunicación donde impacte y busque persuadir la idea de no culpar factores externos como la cultura, la crianza y a la sociedad.

A partir del anterior hallazgo, se plantea ejecutar una estrategia de comunicación gráfica cuyo objetivo es mostrar a los hombres que pueden tomar el control de su vida y romper con los estereotipos de género, a través de una experiencia deportiva, única y desafiante.

Como mensaje clave se plantea transmitir a los hombres que tiene el poder de definir su propia historia y de ser quienes realmente quieren ser. A través del deporte y la competencia pueden superar sus límites y desafiar los estereotipos de género.

El slogan de champaña será **“Un auténtico hombre tiene el control de su historia.”** el cual llevará a la campaña a dividirse en 3 fases: Expectativa, Desarrollo y Experiencia.

Expectativa (Fase 1 – El Llamado)

Se realizará una exhibición de la aplicación móvil (Anexo 4) durante los juegos deportivos. Durante cada juego, se pondrá un stand o espacio dedicado a mostrar la aplicación móvil. Se podrá mostrar las funcionalidades, los beneficios y cómo utilizarla. Se invitará a los participantes a descargar la aplicación y probarla en el momento. La Fase de expectativa tendrá una duración de un mes. Todo el evento estará patrocinando por el IDRD. (Anexo 5)

Desarrollo (Fase 2 – Tomando el control)

La estrategia se llevará a cabo en 5 localidades (Engativá, Suba, Bosa, Kennedy y Ciudad Bolívar) donde se cubrirán 3 canchas por localidad.

Los equipos inscritos en la app serán convocados al torneo mediante una notificación de la app en su dispositivo móvil. La fecha será propuesta por los mismos equipos inscritos al realizar la apertura de su cuenta.

Por cada localidad se llevará a cabo un Torneo Relampago, en donde llegará a la final uno de los equipos inscritos y se enfrentará al equipo de fútbol profesional femenino.

La fase de desarrollo tendrá una duración de 15 días, en donde se está planificado realizar durante el festival de verano (5 al 15 de agosto).

El partido contará con una narradora quien es "la maestra del micrófono" y dos árbitros; una mujer y un hombre. El público objetivo en su mayoría serán mujeres las cuales

manejarán un escenario de burla y sabotaje. Cada juego iniciará con los protocolos en donde el equipo de mujeres estará conformado por jugadoras profesionales (Anexo 6). Hacia el cierre del partido la Narradora "la maestra del micrófono" empezará a entrevistar al equipo de los hombres dando el mensaje de campaña y en donde se podrá compartir cada experiencia de los integrantes del equipo masculino, haciendo una invitación a la reflexión y el cambio. (Anexo 7)

Experiencia - (Fase 3 – Vive la pasión)

La experiencia se desarrollará mediante la aplicación, en donde los participantes tendrán la opción de compartir su historia personal con el torneo y como les ha aportado en su trayectoria. Se compartirá el contenido por redes sociales, en donde el público en general también tendrá la opción de participar en las dinámicas. Además, tendrán la opción de ver como muchas figuras profesionales del fútbol decidieron tomar el control de sus vidas y cambiar sus pensamientos o actitudes machista. La Fase de experiencia tendrá una duración de un mes.

Referencias

- <https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2017/12/alto-al-feminicidio>
- <https://observatoriofemicidioscolombia.org/>
- <https://culturaciudadana.gov.co/observatorio/publicaciones/investigaciones/memoria-acciones-piloto-linea-calma-2021>
- <https://www.sdmujer.gov.co/>
- <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/noticias/escuela-de-hombres-al-cuidado-una-apuesta-para-la-eliminacion-de-violencias>

Anexos

1. Audio entrevista 1: https://correounitec-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/64111016_unitec_edu_co/Eay5SHZhS6JGh6do7I3E_E4B_Qzhf2NJiRas5UBOq_9iBw?e=UYfUgc
2. Audio entrevista 2: https://correounitec-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/64111016_unitec_edu_co/EaPWridNtLBE5TW_EWgFAYB4z7oPbDX0G8MtYjgNZ30Bg?e=uCiryM
3. Audio Entrevista 3: https://correounitec-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/64111016_unitec_edu_co/EWWIZIJGStxArICTzSvkookBI-_zY7P8keqPbNyZVbDtSg?e=6miC3D

Funcionamiento APP

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC



4.

1# Fase: El llamado

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC



5.

2# Fase: Tomando el control

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC



- "Un auténtico hombre no se excusa, se responsabiliza"
- "El machismo mata"
- "Que el machismo no te controle"

6.

3# Fase: Vive la pasión

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
UNITEC



- . *Entrevistas al equipo masculino*
- . *Reflexión e invitación al cambio*
- . *Invitación por parte de figuras públicas del medio deportivo.*
- . *Muestra de eventos en redes sociales*

7.

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada Estrategia De Comunicación Gráfica Para Prevenir El Machismo & Micromachismo En Jóvenes Adultos De Sectores Populares De Bogotá, En Sus Relaciones De Pareja, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre Camilo Andrés Guevara Carrillo
CC. 1033740127

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada Estrategia De Comunicación Gráfica Para Prevenir El Machismo & Micromachismo En Jóvenes Adultos De Sectores Populares De Bogotá, En Sus Relaciones De Pareja, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre Jhojan David Trujillo
CC. 1014293709

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada Estrategia De Comunicación Gráfica Para Prevenir el Machismo & Micromachismo En Jóvenes En Adultos De Sectores Populares De Bogotá, En Sus Relaciones De Pareja, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

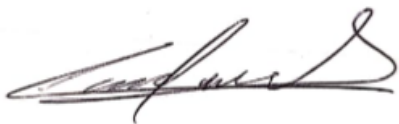
La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre SERGIO ALEJANDRO CASAS TROMPETERO
CC.1015422261 DE BOGOTÁ

Página 1