



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

Análisis de la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual callejero en los espacios públicos de la ciudad, para determinar el tipo de comunicación que estos generan en sus víctimas mujeres, estudiantes de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, edades comprendidas entre 15 y 17 años, periodo marzo – diciembre 2015.

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

AUTORA: SILVANA YAMILE SANMARTÍN OCHOA

DIRECTOR: DR. MILTON EDUARDO ANDRADE TAPIA, PHD

**LOJA-ECUADOR
2016**

CERTIFICACIÓN

Dr. Milton Eduardo Andrade Tapia, PhD.

DOCENTE DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, titulada: **ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN EN SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE LA CIUDAD DE LOJA, EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015.** De autoría del Srta. Silvana Yamile Sanmartín Ochoa. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, enero de 2016



Dr. Milton Eduardo Andrade Tapia, PhD.
DIRECTOR

AUTORÍA

Yo, Silvana Yamile Sanmartín Ochoa, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

AUTOR: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa

FIRMA:



CÉDULA: 1900820042

FECHA: Loja, abril de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Silvana Yamile Sanmartín Ochoa, declaro ser autor, de la tesis titula: **ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN EN SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE LA CIUDAD DE LOJA, EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015.** Como requisito para optar al grado de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintisiete días del mes de abril del dos mil dieciséis, firma la autora.

FIRMA: 

AUTOR: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa

NÚMERO DE CÉDULA: 1900820042

DIRECCIÓN: Loja, Teodoro Wolf y Einstein, sector Argelia.

CORREO ELECTRÓNICO: sanmartinochoas@gmail.com

CELULAR: 0985154047

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Milton Eduardo Andrade Tapia, PhD.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE: Ing. Wilman Merino Alverca, Mg. Sc.

PRIMER VOCAL: Lic. Clara Robayo Valencia, Mg. Sc.

SEGUNDO VOCAL: Lic. Mónica Maldonado Espinosa, Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Con la grata satisfacción que me acompaña el haberme preparado académicamente, con el respeto y cariño sincero, mis agradecimientos profundos a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Comunicación Social que se han convertido en mi segundo hogar, en el pilar fundamental para alcanzar mis metas, para devastar miedos, para alzar la voz, para soñar con libertad, para seguir luchando por lo que creo bueno, por mantenerme la esperanza viva, creyendo firmemente en un porvenir mejor para la Universidad Nacional de Loja.

Al PhD. Milton Andrade Tapia docente de la Carrera, por el incentivo, exigencia y paciencia constante que ha podido dirigir a través de bases teóricas, científicas y metodológicas el siguiente trabajo de investigación.

A las autoridades, profesores y orientadores de los Colegios Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, por la amplia atención e interés en el tema, por la disponibilidad de tiempo y demás recursos para ayudarme a recopilar información valiosa.

A los docentes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja por los conocimientos impartidos durante mi formación profesional.

A mis padres, hermanos, amigos, compañeros de clase, a mi compañero; quienes forman parte de mi vida y me han apoyado constantemente para cumplir parte de los estos objetivos que significan un eslabón más en mi vida personal y profesional.

El Autor

DEDICATORIA

A mis padres, Raquel y Pedro por su comprensión, cariño, apoyo incondicional, a mis amigos por la amistad, por esas pláticas de risa escandalosa llenas de sueños a alcanzar, a mi compañero por el ánimo, por estar pendiente ayudándome a mantener siempre en pie, a esas noches largas y solas llenas de música melancólica y alegre que me ayudaron a sostenerme despierta mientras escribía palabra tras palabra.

El Autor

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICA

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO							
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIAL	CANTÓN	PARROQUIAS	BARRIOS COMUNIDADES	OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
TESIS	SILVANA YAMILE SANMARTÍN OCHOA ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN EN SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE LA CIUDAD DE LOJA, EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015	UNL	2016	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	SUCRE Y EL SAGRARIO	COLEGIO ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA	CD	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESQUEMA DE CONTENIDOS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
 - a. TÍTULO
 - b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS) SUMMARY.
 - c. INTRODUCCIÓN
 - d. REVISIÓN DE LITERATURA
 - e. MATERIALES Y MÉTODOS
 - f. RESULTADOS
 - g. DISCUSIÓN
 - h. CONCLUSIONES
 - i. RECOMENDACIONES
 - PROPUESTA ALTERNATIVA
 - j. BIBLIOGRAFÍA
 - k. ANEXOS
 - PROYECTO DE TESIS.
 - OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN EN SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE LA CIUDAD DE LOJA, EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015.

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo, surge como una necesidad de tomar en cuenta un problema que no se le ha prestado la atención que requiere, la necesidad de conocer ¿qué tipo de comunicación oral y no verbal se genera en espacios públicos a través del acoso sexual callejero y cuáles son las repercusiones que tiene en sus víctimas mujeres? para lo cual se tomó como referencia conceptos y definiciones teóricas que apoyan la problemática de estudio, que hablan sobre las causas y consecuencias que genera el acoso sexual callejero. La delimitación de la problemática se dio luego del respectivo análisis de la contextualización y ubicación, para estudiar el tema de acoso sexual callejero con estudiantes mujeres de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja de 15, 16 y 17 años edad, por lo tanto se construyó los objetivos, hipótesis, justificación que sirvieron para dirigir el proceso de la investigación. En la realización del trabajo de investigación se empleó el método científico que a través del análisis cualitativo, se utilizó herramientas fundamentales para la recolección de la información, por medio de los grupos focales se pudo obtener diferentes puntos de vista de los participantes como: Experiencias, emociones, testimonios; la entrevista semiestructurada sirvió para recopilar información de las estudiantes y especialistas de psicología y sociología; la observación se llevó a cabo en espacios públicos tanto en calles y en el transporte público evidenciando el acoso sexual callejero; en el análisis cuantitativo se utilizó la encuesta que arrojaron datos estadísticos precisos respecto al tema. Así mismo, se determinó que las estudiantes mujeres son agredidas psicológicamente en espacios públicos de la ciudad de Loja, lo cual genera repercusiones en el comportamiento de la víctima y aumenta la invisibilización y naturalización del acoso sexual callejero, además de evidenciar la comunicación oral y no verbal expresados a través de piropos, frases, gestos morbosos, miradas lascivas con contenido sexual agresivo, demostrando que una de los mayores causales son las distintas formas de vestimenta de la mujer que sirven para justificar el machismo y generar violencia de género en espacios públicos, por lo tanto es necesario trabajar conjuntamente con las autoridades, orientadores, padres de familia e instituciones encargadas de tema y colectivos vinculados a tratar temas de género, para que se fomente a través de campañas e iniciativas que contribuyan a visibilizar el acoso sexual callejero, ayudando a crear espacios públicos con respeto y sin violencia.

Palabras Claves: Acoso, comunicación, espacio público, gestos, piropo.

SUMMARY

The current research work occurred as a necessity to take into account a problem that has not been given the proper attention required, the need to know what type of oral and non-verbal communication is generated in public spaces through street sexual harassment and what are the repercussions had by its women victims, for which we took as a reference concepts and theoretical definitions which support the problematic of this research work. The delimitation of the problematic was given after the respective analysis of the contextualization and location, to study the topic of street sexual harassment with women students of 15, 16 and 17 years of age in the high schools Adolfo Valarezo and Beatriz Cueva de Ayora in the city of Loja, therefore we constructed the objectives, hypothesis, and justification that serves to direct the process of investigation. In the actualization of this research work we employed the scientific method that through a qualitative analysis we used fundamental tools for the collection of information, by focus groups we were able to obtain different points of views of the participants such as: Experiences, emotions, testimonies; the semi-structured interview served for the gathering of information from the students and specialists in psychology and sociology; the observation was carried out in public spaces such as streets and public transport showing street sexual harassment; in the quantitative analysis we used the survey which cast precise statistical information related to the topic. Therefore, we determined that the female students are psychologically assaulted in public spaces in the city of Loja, which generates repercussions in the behavior of the victim and increases the invisibility and naturalization of street sexual harassment, also showing oral and non-verbal communication expressed through pick up lines, phrases, lurid gestures, aggressive leering with aggressive sexual content, demonstrating that one of the main causes are the distinct forms of dress of the female that serves to justify machismo and generate gender violence in public spaces, therefore it is necessary to work jointly with the authorities, counselors, parents of families and institutions in charge of the topic and collectives associated with dealing with topics of gender, so that they can be encouraged through campaigns and initiatives which contribute to visualize street sexual harassment, helping to create public spaces with respect and non violence.

Key Words: Harassment, communication, public space, gestures, pick up lines.

c. INTRODUCCIÓN

La comunicación oral tiene que ver con el lenguaje y la comunicación no verbal con los gestos que utilizamos al momento de expresar emociones, tienen sus orígenes desde que el ser humano sintió la necesidad de comunicarse con lo que se encontraba a su alrededor, esta necesidad de expresar emociones a través del cuerpo, son las que actualmente tienen distintos significados, no es igual para hombres y mujeres, puesto que cada individuo según sus valores y educación interpreta estos tipos de comunicación de diferente manera.

Esta diversidad de interpretación de la comunicación oral y no verbal, es justamente la que motiva a indagar de qué manera la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual en espacios públicos de la ciudad de Loja, determinan el tipo de comunicación que estos generan para con sus víctimas mujeres, estudiantes de secundaria sección vespertina de la ciudad de Loja, en las edades comprendidas entre 15,16 y 17 años, puesto que tanto hombres como mujeres expresan sus emociones de forma totalmente distinta, los gestos y el modo de ocupar los espacios públicos tienen contextos variados.

Además el uso del lenguaje y los gestos en espacios públicos como: Calles, plazas, parques, transporte público, establece cierto dominio en dichos espacios entre hombres y mujeres, los cuales en su mayoría el sexo masculino ha logrado ejercer poder desde tiempos inmemorables a través de normas culturales, aportando a invisibilizar y naturalizar el acoso sexual en espacios públicos.

Por tanto es necesario analizar la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual en espacios públicos de la ciudad de Loja, para conocer las causas y repercusiones que generan en las mujeres, así mismo analizar la tergiversación el piropo como parte de la comunicación oral.

Es por ello que se utilizó el método científico a través del análisis cualitativo, cuantitativo, de discurso y descriptivo, utilizando distintas herramientas de recolección de información por medio de grupos focales que ayudaron a recopilar testimonios, experiencias, emociones; la observación se llevó a cabo en espacios públicos tanto en calles y en el transporte público evidenciando el acoso sexual callejero; la entrevista semiestructurada sirvió para recopilar información de las estudiantes y especialistas de psicología y sociología;; en el análisis cuantitativo se utilizó la encuesta que arrojaron datos estadísticos con gráficos y porcentajes respecto al tema.

Los objetivos de la investigación han podido recabar información y demostrar que el tema de estudio es un problema que agrede física y emocionalmente a las mujeres en espacios públicos, una de las mayores causales de este tipo de prácticas, es la forma de vestir de la mujer, justificando el machismo, reforzando estereotipos y prejuicios sociales que contribuyen a invisibilizar y naturalizar la violencia de género en espacios públicos de la ciudad.

Además de demostrar la comunicación oral y no verbal a través de piropos, comentarios, frases, miradas lascivas, gestos morbosos con el cuerpo son expresados con alto grado de contenido sexual agresivo que afecta a mujeres cuando hacen uso del espacio público.

Son estos antecedentes los que evidencian el acoso sexual en espacios públicos de la ciudad, para ello es necesario trabajar con las autoridades de las distintas instituciones encargadas de educar a los jóvenes en proceso de formación, puesto que depende de esta formación para cambiar en un futuro la realidad descrita, también es necesario mantener un registro de lo que pasa y cuáles son las repercusiones que tiene en la vida diaria de las mujeres, buscando la manera de poder llegar a la gente a través de campañas a largo plazo,

para que se pueda visibilizar el problema, ya que en sociedades como la nuestra este tema es tolerado por la mayor parte de la gente.

La investigación se presenta desde un enfoque crítico y propositivo frente a la violencia de género en espacios públicos de la ciudad de Loja, con conceptos y definiciones que respaldan el problema de estudio, el análisis de resultados es amplio en cuanto a la recopilación de información que se realizó a estudiantes de dos colegios Adolfo Valerezo y Beatriz Cueva de Ayora y a especialistas de psicología y sociología.

Así mismo los objetivos e hipótesis hacen hincapié en el análisis detallado y la relación con la problemática expuesta. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, fruto del trabajo investigativo con propuestas que pretenden contribuir a generar espacios públicos con respeto y libres de violencia de género en la ciudad de Loja.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. COMUNICACIÓN Y CULTURA

1.1 Comunicación

La comunicación se ha constituido en uno de los factores más importantes en la historia del ser humano, puesto que ha servido para relacionarse, conocerse con los demás y consigo mismo, siendo la clave para el desarrollo de la sociedad. Fonseca, Correa, Pineda & Lemus (2011, p.5) afirman:

La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración, porque está sujeta a los cambios de pensamiento del hombre, a las modificaciones del lenguaje a través del tiempo y a los efectos que la misma dinámica del proceso va provocando en los individuos o grupos que interactúan.

La comunicación está apegada al avance y a los cambios constantes que vive la sociedad, nadie puede existir sin comunicarse, debe hacerlo a través de signos, movimientos, señales para generar esa interacción individual o grupal.

A inicios del siglo XX se buscó definiciones para la comunicación humana, que incluyeron sus principales características, uno de los pioneros y teóricos de la comunicación que llevo varios estudios respecto a esta ciencia fue Charles Horton & Cooley (citado por H. DeFleur, Kearney, Plax & L. DeFleur) :

Por comunicación se hace referencia aquí al mecanismo a través del cual las relaciones humanas existen y se desarrollan (todos los símbolos de la mente, junto con los medios para transmitirlos en el espacio y preservalos en el tiempo). Esto incluye la expresión de la cara, actitudes y gesto, los tonos de voz, palabras, escritura, pintura, ferrocarriles, telégrafos, teléfonos y cualesquiera que pudiera ser los últimos logros en la conquista del tiempo y del espacio. (2005, p.6)

Es decir por comunicación se entiende toda forma de expresión que el ser humano pone en práctica para relacionarse con lo que le rodea, utilizando distintos medios que son imprescindibles para comunicarnos con los demás de manera efectiva.

1.2 Cultura y comunicación

La comunicación humana está ligada a las prácticas que surgen desde una cultura que nos permite o nos da la posibilidad de socializar diferentes destrezas comunicativas. Pascual (2010) habla sobre la comunicación humana:

La comunicación humana es una más de las fuentes que posee el ser humano. Por fuentes de conocimiento debemos entender aquellas prácticas (más o menos institucionalizadas), dentro de una cultura, cuyo objeto es la acumulación, la organización y la trasmisión de las relaciones observadas en la naturaleza y la especie humana. (p.15)

Por lo tanto la comunicación humana está íntimamente vinculada a la trasmisión de esas relaciones que se observan en la naturaleza y especie humana, las cuales se unen fuertemente por la cultura que posee cada individuo.

La cultura y la comunicación están estrechamente unidas, por sinnúmero de factores que están relacionadas con el ser humano y con su entorno social. Toda forma de expresión representada por el hombre es parte de la cultura, para lo cual el antropólogo Edward Hall (citado por Martínez, 2012) habla de esta estrecha cercanía que existe entre comunicación y cultura:

Es su cultura, el entramado total de comunicaciones; las palabras, las acciones, las posturas, los gestos, los tonos de voz, las expresiones faciales, la manera de manejar el tiempo, el espacio y los materiales, y la forma en que trabaja, juega, hace el amor y se defiende. Todas estas cosas y más constituyen los sistemas de comunicación significativos que sólo pueden interpretarse correctamente si se está familiarizado con el comportamiento de su contexto histórico, social y cultural. (p.40)

Es decir, las distintas formas de comunicarnos han sido y son puestas en práctica, para llevar a cabo una comunicación entendible y amplia que cada quien la interpreta de acuerdo a la cultura, costumbres y forma de vida en la que ha crecido.

Dentro de cada cultura existen dimensiones culturales que según Hofstede (citado por Moya & Rodríguez, 2011) están estructuradas de acuerdo al país al que pertenece cada

individuo, como actúa, piensa y siente para enfrentar distintos problemas fundamentales para su supervivencia, clasificándolas de la siguiente manera:

Individualismo-colectivismo: Individualismo pertenece a sociedades en las que los vínculos entre individuos son laxos, se espera que cada cual cuide de sí mismo y de su familia, mientras que el colectivismo pertenece a las sociedades en las que las personas desde que nacen se integran en endogrupos fuertes y coherentes, que a lo largo de sus vidas les dan protección a cambio de una lealtad incuestionable. (p.36)

De acuerdo a estas dos dimensiones se establece diferencias o rasgos culturales, las cuales sirven para comunicarnos y relacionar nos con los demás, analizando los niveles de interpretación que poseen tanto el género femenino como masculino, puesto que existen grupos con mayor vínculo de relación al momento de comunicarse y otros grupos no lo ven desde esa perspectiva, al respecto Hofstede (citado por Moya & Rodríguez, 2011) dice: “Masculinidad - feminidad. Las culturas femeninas enfatizan la cooperación y el apoyo social y probablemente, refuerzan la expresividad. Mientras que las culturas masculinas enfatizan la competición y recompensas materiales y laborales y refuerzan la instrumentalidad” (p.36). Por lo tanto la manera de comunicarse entre hombres y mujeres es totalmente diferente, las mujeres se comunican colectivamente ayudándose unas a otras, mientras que los hombres tratan de demostrar fuerza y valentía de manera individual.

Existen otras dos dimensiones como lo llama Hofstede; referentes al tipo de comunicación frente a los demás, sobre las relaciones de poder que unos ejercen sobre otros, ubicando variedad de significados de la forma de actuar, pensar y sentir propias de cada persona, arraigadas en la cultura del país o continente en el que viven.

Distancia de poder. Se refiere a la cantidad de diferencia y de respeto que se considera deseable entre superiores y subordinados y al grado en el que se aceptan las diferencias de estatus. Evitación de la incertidumbre. Hace referencia al grado en el que la gente se sienta amenazada por las situaciones ambiguas o desconocidas, las cuales intentan evitar por medio de códigos y creencias estrictas. Hofstede (citado por Moya y Rodríguez, 2011. p.36)

Los modos de relacionarse también tienen que ver con las prácticas comunicativas tanto verbales como no verbales, implicadas en el nivel de ejercer poder y generar ese poder

con los demás a través de la comunicación, aunque queda claro que va a depender del lugar en el que nos encontremos.

Respecto al lugar, cada país se constituye de acuerdo a normas, costumbres que comparten los individuos de una misma cultura, vinculadas a estilos únicos de comunicación así como lo denomina (H. DeFleur et al., 2005) sobre las relaciones de los latinos y latinas a la hora de comunicarse frente a otras culturas.

Los latinos son una “cultura de contacto”; es decir, se paran muy cerca el uno del otro y participan en un contacto físico más cercano de lo que otros podrían encontrar cómodo. Incluso los papeles sexuales tradicionales son fuertemente alentados. Mientras se espera que los hombres sean esposos, padres y proveedores, así como responsables y valientes, se desea que las mujeres reciban protección, que permanezcan más en casa y que alimenten y apoyen a su familia. (p.192)

La cultura Latina como lo describe el autor es una “cultura de contacto” que tiene fuertes vínculos con instituciones sociales y se maneja en grupos, para lo cual es necesario analizar de qué manera están constituidos estos grupos y que comunicación manejan.

1.3 Comunicación entre grupos

Para estudiar la comunicación que se da dentro de estos grupos, es preciso citar la psicología social, como punto de partida para el análisis de los mismos, ya que permite estudiar los comportamientos sociales.

Allport (citado por Moya y Rodríguez, 2011) da una definición para quien los psicólogos sociales: “Intentan comprender y explicar cómo los pensamientos, sentimientos y conductas de los individuos, son influidos por la presencia real, imaginada o implícita de los demás” (p.24). De tal manera la psicología social analiza y estudia los distintos comportamientos que tiene el ser humano con el medio que le rodea, esta disciplina no está del todo sola, comparte con otras disciplinas que sirven para entender la estructura social desde sus orígenes.

Al hablar de los pensamientos, sentimientos, conductas, es importante tomar en cuenta ciertos conceptos que reflejaran como está compuesta la sociedad a través de grupos e instituciones sociales, para lo cual el estudio desde la “concepción de los ordenamientos sociales” servirá para entender dicha estructura social.

De tal modo es necesario profundizar sobre la psicología grupal o dinámica de grupos que estudia la psicología social para conocer como está estructurado un grupo humano. La teoría de LeBon (citado por Rojas, 2009) define el grupo como masa desde el “alma colectiva”, al respecto dice:

La personalidad consciente se esfuma, los sentimientos y las ideas de todas las unidades se orientan hacia una misma dirección. Se forma un alma colectiva, indudablemente transitoria, pero que presenta características muy definidas. La colectividad se convierte entonces en lo que, a falta de otra expresión mejor, designaré como masa organizada o, se prefiere, masa psicológica. Forma un solo ser y está sometida a la ley de la unidad mental de las masas. (p.14)

Un alma colectiva se refiere a la variedad de características que tiene el ser humano y por lo tanto se juntan para formar un todo, encaminados hacia una misma dirección lo cual muestra la diversidad de diferencias que tenemos al momento de organizarnos de manera individual que solamente refleja la fuerza de ese sentimiento e ideas dentro del grupo.

También existe una estructura de grupo que según Sherif & Sherif (citado por Rojas & Vivas, 2009) al respecto define: "la estructura de grupo se refiere a aquellas características singulares de un grupo que surgen en el lapso de las interacciones que llevan a cabo las personas y a las normas que regulan las relaciones recíprocas" (p.7). Puesto que en las diferencias se notan desigualdades por la influencia de las actividades e ideas que unos pueden tener sobre otros, dentro del mismo grupo.

Lewin (citado por Munné, 2008) manifiesta lo siguiente sobre la dinámica de grupos:

Consideró que un grupo es un todo dinámico, con características distintas a las individuales de los miembros que lo componen. La dinámica del grupo, o sea las fuerzas que actúan en la acción del conjunto, puede investigarse y aprenderse experimentándola y para ser más exactos viviéndola de un modo experiencial. (p. 33)

Es decir el grupo es notable por las distintas particularidades individuales inmersas y evidenciadas en el grupo, las cuales van a depender por las experiencias de esos miembros individuales provenientes de diferentes lugares cuyas diferencias se pueden aprender a través de la interacción del uno al otro para consolidar ese todo llamado dinámica de grupos.

Existen otras definiciones de grupos e instituciones sociales desde la concepción sociológica que comparte con la psicología social para dar una definición más amplia del ser humano con lo que le rodea de acuerdo a normas y conductas. Moya & Rodríguez (2011) al respecto dice:

Un grupo sociológicamente, es un conjunto de personas con valores, normas y expectativas similares que de una forma regular y consiente se relacionan entre sí. Otros aspectos definitorios de los grupos son el tener objetivos y metas comunes. Una institución es un sistema de normas para alcanzar alguna meta o actividad que las personas consideran importante, o, más formalmente, un grupo organizado de costumbres y tradiciones centradas en una actividad humana importante. (p.39)

El grupo se identifica por acercarse al individuo con la demás sociedad amplia, teniendo en cuenta que debe cumplir con ciertas normas, valores y expectativas las cuales definen algunos elementos de la estructura social como roles y estatus. En cambio las instituciones sociales se distinguen por analizar las costumbres y conductas dentro de los grupos, dichas instituciones básicas más importantes de la sociedad son la familiar, religiosa, gubernamental, económica y educativa, por lo tanto la institución familiar sirve como punto de partida para analizar ciertas normas y conductas.

La familia según la teoría de Freud (citado por Moya & Rodríguez, 2011) dice lo siguiente: “es el prototipo de sociedad humana y constituye el puente entre la psicología individual y la psicología grupal. En la concepción psicoanalítica, tanto el grupo como la sociedad presentan una gran similitud con la familia”. (p.33). Por lo tanto la familia representa esa identificación del grupo humano considerado como el primer molde de la

sociedad que se relaciona con la psicología individual y grupal, repercutiendo en esa sociedad amplia.

Los roles de grupo también engloban mayor parte de la estructura social puesto que también se analiza desde la concepción sociológica que permite estudiar los comportamientos sociales de acuerdo a la posición que ocupemos para llevar a cabo ciertos roles. Vásquez (citado por Rojas & Vivas, 2009) cita:

Para que la máquina social funcione es imprescindible que cada una de sus partes se relacione, se acople y se conecte con el resto siguiendo un plan de ejecución. Huyendo inmediatamente de la metáfora mecanicista y traduciéndolo a términos sociales: cada uno/a de nosotros debe ocupar una posición social determinada, de forma que nos conduzcamos respetando unas normas sociales compartidas, y desarrollar un papel social según la red de relaciones que nos rodee. (p.9)

De tal forma el rol social se ve vinculada con una la posición social que cada quien debe asumir, respetando las normas sociales compartidas que están determinadas por la estructura social las cuales a su vez se ubican según la red de relaciones que nos rodee.

Para conocer el tipo de relaciones con la que interactuamos y compartimos ya sean individuales o grupales es preciso hablar de la comunicación como un elemento imprescindible, por lo tanto el análisis de la comunicación oral y no verbal se utilizará para hacer referencia a las relaciones existentes en el acoso sexual callejero dentro de los espacios públicos.

2. Definiciones sobre adolescencia

2.1 Pubertad y adolescencia

Esta etapa de vida esta designada a cada ser humano, cada individuo tiene que nacer, crecer, reproducirse y morir, según las ciencias naturales, pero durante este periodo de tiempo las personas experimentamos diversos cambios biológicos, físicos y sociales.

Loayssa & Echagüe (2001) hablan al respecto:

La adolescencia constituye el periodo de transición entre la pubertad y el estadio adulto del desarrollo. La duración de este periodo varía en función de cómo se hace el reconocimiento de la condición adulta en cada sociedad. Lo más aceptado es considerar que su comienzo es hacia los 12-13 años coincidiendo con la aparición de los caracteres sexuales secundarios y que su final se sitúa alrededor de los 20 cuando termina el crecimiento somático y, en teoría, se alcanza la maduración psicosocial. (P.94)

La adolescencia se da dentro de un periodo determinado, dependiendo del contexto social en que se desarrolle, dando por señalado que un adolescente ha pasado a ser adulto. Los cambios que experimenta, determinan factores importantes, constituidos dentro de las instituciones sociales por la formación e influencia que ejercen.

Según la Organización Mundial de la Salud (citado por Caricote, 2009), define diferentes etapas de la adolescencia hasta llegar a la edad adulta al respecto afirma: “la adolescencia es clasificada en: adolescencia temprana (10-13 años de edad), adolescencia media (14-16 años de edad), y adolescencia tardía (17-19 años)” (p.416). De acuerdo a esta clasificación el adolescente pasa por distintos procesos los cuales se ven divididos por la edad que cada una de las etapas comprende.

El Código de la Niñez y adolescencia de la República del Ecuador establece que se considera adolescente de 12 a 18 años de edad, de tal manera este promedio de edad viene siendo uno de los factores más importantes que marca diferencias entre la pubertad y adolescencia, siendo la pubertad una de las fases que abarca la adolescencia. Von Doellinger (2011) al hablar al respecto hace referencia:

El inicio de la adolescencia se caracteriza, principalmente y antes que todo, por el desarrollo de la pubertad, es decir, por una transformación fisiológica de la altura, del peso y de las secreciones hormonales sexuales. Todo el desarrollo de la adolescencia está marcado por los efectos fisiológicos, psicológicos y sociales de estas transformaciones corporales. (p.54)

El desarrollo de la pubertad se ve marcada por distintos cambios corporales, los cuales solo una parte de lo que engloba la adolescencia que involucra lo fisiológico, psicológico y social.

Para ello existen distintas edades que especifican de mejor manera el desarrollo de la pubertad Braconnier & Marcelli (citados por Von Doellinger, 2011) precisa la edad de tal manera: “La transformación corporal de la pubertad se prolonga durante un período de 18 a 24 meses y se inicia alrededor de los 11 años, en las chicas, y alrededor de los 12/13 en los chicos”. (p.56). Esta transformación en la pubertad como le llama el autor, está relacionada con los cambios drásticos que se van llevando a cabo en el desarrollo de la adolescencia, que mantienen un cierto periodo de cambio.

Estos cambios se presentan tanto en hombres y mujeres los cuales el cuerpo es una de las características sobresalientes en esta etapa. Malpique (citado por Von Doellinger, 2011) cita:

En las chicas, las primeras señales de la pubertad son, generalmente, el desarrollo de botones mamarios, la adquisición de una tonalidad rosada en la mucosa vulvar y el desarrollo de los labios menores y del vello púbico. Se suceden modificaciones corporales como la aceleración del crecimiento y la acumulación de grasa en las caderas, nalgas y muslos. Es la menarquía la que marca, desde el punto de vista fisiológico, el fin de la pubertad. (p.56)

En las chicas la pubertad comienza a notarse con cambios físicos sobretodo de las caderas y senos, lo cual también indican cambios evidentes de niñas a adolescentes, cuyo factor límite para esta etapa desde lo fisiológico es la menarquia.

En los adolescentes también se registran cambios un poco menos evidentes pero de mayor profundidad.

En el chico, la pubertad empieza con el aumento del volumen de los testículos, continuando con la modificación de los genitales externos (aumento de tamaño del pene, arrugamiento y pigmentación del escroto). Le sobreviene el apareamiento del vello púbico y, más tarde, del vello axilar y facial (este, alrededor ya de los 17-18 años). También existe aquí un crecimiento acentuado, una modificación de la silueta corporal (con ensanchamiento del tórax) y modificaciones en la voz. (p.56)

Las transformaciones evidenciadas en chicas y chicos se muestran aún más por los cambios que tiene su cuerpo, lo cual va adquiriendo cierta representación social, la adolescencia también sirve para establecer relaciones ya sean en grupo o individuales

porque justamente es esta edad donde cada individuo conoce lo que le rodea y se relaciona con los demás.

De acuerdo con las principales concepciones de adolescencia Delval (citado por Adrián & Rangel, 2012) analiza desde la perspectiva psicoanalítica, la cognitivo-evolutiva y la sociológica, al respecto indica sobre la perspectiva del psicoanálisis:

Durante el periodo de ruptura y sustitución de vínculos afectivos: (1) identificación con personajes famosos, como artistas o deportistas, (2) fusión con ideales abstractos referidos a la belleza, la religión, la política o la filosofía, y también (3) estados de ambivalencia, manifestados en la inestabilidad emocional de las relaciones, las contradicciones en los deseos o pensamientos, las fluctuaciones en los estados de humor y comportamiento, la rebelión y el inconformismo. (p.10).

Según esta perspectiva psicoanalítica el adolescente se ve relacionado con diferentes grupos los cuales busca pertenecer, apartándose de ese vínculo afectivo de la niñez, en este caso sus padres, adaptando una nueva posición para establecer relación con otros, buscando esa independencia y la adquisición con el propio yo, también está fuertemente relacionado con el deseo.

Siguiendo las perspectivas cognitivo-evolutiva y la sociológica. Delval (citado por Adrián & Rangel, 2012) afirma:

Cognitivo-evolutiva (Jean Piaget como autor de referencia) la adolescencia es vista como un periodo en el que se producen importantes cambios en las capacidades cognitivas, y por tanto, en el pensamiento de los jóvenes, asociados a procesos de inserción en la sociedad adulta. Durante esta etapa los jóvenes acceden en un grado u otro a formas de razonamiento propias. (p.10)

Desde la perspectiva cognitivo-evolutiva los adolescentes comienzan adquirir pensamientos propios que les permita reinsertarse en la sociedad adulta, puesto que las capacidades cognitivas tienen cambios que repercuten en la búsqueda de razonamientos propios con lo que les rodea.

Es en esta etapa donde el adolescente inicia una búsqueda de su propia representación para pertenecer a la edad adulta, buscando o exigiendo esa independencia en la sociedad, asociándose con los demás o de forma individual para obtener esa representación, además de

reafirmar ese razonamiento propio con la incorporación de valores y creencias que la sociedad les ofrece.

Desde la perspectiva sociológica, la adolescencia es el periodo en el que los jóvenes tienen que consumir los procesos de socialización a través de la incorporación de valores y creencias de la sociedad en la que viven y la adopción de determinados papeles o roles sociales, haciendo frente a las exigencias y expectativas adultas. En este caso la adolescencia es vista como el resultado individual de las tensiones que se generan en el ámbito social, cuando las generaciones de jóvenes reclaman un estatus de independencia en la sociedad. (p.10)

El adolescente durante ese proceso debe ir asumiendo y reafirmando su sexualidad, además los cambios del cuerpo también se irán fortaleciendo a través de su sexualidad, lo que despertará interés u atención en los demás.

3. Comunicación oral y no verbal

3.1 Comunicación Oral

La comunicación oral es sin duda alguna, una de las herramientas de las cuales hacemos uso diariamente para comunicarnos unos con otros, se ha venido llevando a cabo desde hace siglo por nuestros antepasados y sigue teniendo cada vez más valor en sociedades actuales, además está vinculado con el lenguaje puesto que es el medio que sirve para comunicarnos los seres humanos. Halliday (citado por Álvarez, 2012) cita al respecto:

El lenguaje lo distingue al hombre de los animales: la aparición de la oralidad, como realización de la expresión, es muy antigua, y se corresponde con otras características de la especie humana, tales como el andar erguido y el uso de instrumentos, todo lo cual data de alrededor de un millón de años. (p.44)

Es por esto que el lenguaje es parte de la oralidad el cual se ha venido llevando a cabo desde hace tiempo atrás para que el ser humano pueda comunicarse y relacionarse con los demás, siendo esta la forma más eficaz que posee el hombre.

Calsamiglia & Tusón (citado por Álvarez, 2012) se refiere a la oralidad como el acto de establecer relaciones sociales: “La función principal de la oralidad consiste en permitir las relaciones sociales, pues la mayoría de actividades cotidianas se llevan a cabo a través de ella, tanto así que las relaciones se interrumpen cuando se deja de hablar a alguien” (p.44).

Por lo tanto la comunicación oral tiene una función principal para permitir establecer relaciones sociales efectivas, y duraderas con los demás, teniendo en cuenta que no solamente posee esas ventajas al momento de comunicarnos.

Según Álvarez (2012) la oralidad es parte de la expresión, al respecto habla: “la oralidad es un sistema simbólico de expresión, un acto de significado dirigido de un ser humano a otro u otros, y es quizás la característica más significativa de la especie”. (p.45). De tal manera la comunicación oral desde este enfoque es una de las mayores características significativas que ha podido desarrollar el hombre para entenderse así mismo y con los otros.

A la comunicación oral también se suma la voz, los gestos como recurso de la expresividad que sirve para expresar algo de nosotros mismos (Fonseca et al, 2011) menciona al respecto:

La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos recursos de expresividad de movimientos del hablante. La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes; lo apoyan y complementan. (p.14)

Tanto la comunicación oral necesita utilizar ciertas prácticas apoyadas en la expresividad que efectúa el hablante cuando hace uso de la misma, por lo que es evidente que se apoya en la comunicación no verbal, para llevar a cabo el proceso de comunicación.

Según el cuadro resumido sobre la comunicación oral de Chávez (citado por Fonseca et al, 2011) analiza las diferencias principales de la comunicación oral: “La comunicación oral es espontánea, se rectifica, es más reflexiva o razonada, utiliza modismos, dichos, etcétera. Hay acción corporal, se repiten palabras, es casi siempre informal, es dinámica, se amplía con explicaciones, rompe la sintaxis, utiliza nuevos significados” (p.14). Por lo tanto la comunicación oral difiere de otro tipo de comunicación porque se establece según el autor como la forma interactiva que conserva el ser humano al momento de llevar a cabo la comunicación, el lenguaje y la expresividad.

El habla de cierto modo es sinónimo de la comunicación oral puesto que a través de ella se ejercen los procesos comunicativos que influyen en la vida cotidiana de cada individuo. Según Santos (2012) se refiere al habla de la siguiente manera: “el habla se forja en el interior del individuo. Es pues, un acto dinámico en el que intervienen la intención, los saberes del hablante, su pensamiento y sus ideas” (p.120). Es decir el habla está relacionada íntimamente con la lengua puesto que depende de ella por la abundancia de palabras y sentidos que emplea el hablante, además evidencia ilación con los pensamientos e ideas, saberes, y la intención con la que lo dice para llegar a los demás por medio de la comunicación oral.

Otro de los párrafos que concuerda con el concepto anterior sobre el habla desde la visión de la psicología de la comunicación sobre la importancia significativa que tiene el que escucha. Martínez (2012) expresa : “al hablar, los sujetos ponen a disposición de otros algo de lo que piensan, sienten, temen o desean, haciendo así partícipes de su experiencia emocional y/o intelectual a quienes les escuchan” (p.14). De acuerdo a esta noción el hablante comparte al oyente de lo que piensa, siente, desea, poniendo de manifiesto una carga emocional que comparte el habla cuando es emitida hacia uno u otros.

Existen diversos argumentos donde el habla es muy importante dentro de la comunicación oral que hacen partícipes a todos quienes escuchan y la ponen en práctica.

Santos (2012) habla al respecto:

Un ingrediente de enorme valía en la constitución del habla es la posibilidad de integrar, por ejemplo, palabras en otras lenguas, giros idiomáticos, figuras retóricas, dobles sentidos, en fin, toda una amplia gama de recursos que hacen que la evolución del habla marche muchas veces, dos pasos delante de lo que pueden aceptar y registrar las instituciones. (p.121)

Este ingrediente del cual comenta el autor es fundamental, ya que integra o da la posibilidad de integrar el habla a distintos recursos comunicativos como los dobles sentidos, dando interpretaciones diferentes de acuerdo a la forma de vida o institución social que pertenece cada ser humano.

Estas interpretaciones que forman parte de la comunicación oral, no se dan del todo de manera positiva como se analizó en conceptos anteriores, existen otras interpretaciones que están vinculadas a las emociones negativas que pueden llegar a tener cuando se menciona la oralidad como la agresión verbal dentro de la comunicación humana. Peisert (citado por Lisowska, 2010) se refiere a las agresiones verbales inmersas en la comunicación humana:

La agresión es un instinto innato, pero las maneras de expresarla se aprenden viviendo en la sociedad. Así, cada acto agresivo debe ser estudiado en el contexto social y cultural-normativo en que actúa el agresor, su víctima y/o el oyente observador. Cabe destacar que hay dos tipos de agresión: (a) la agresión originada por el enfado¹⁵ y (b) la agresión instrumental que se produce con la intención de conseguir algo a cambio. (p.6)

Por tanto la agresión verbal está enlazada con el contexto social y cultural de las cuales la comunicación oral a través del habla hace participe al oyente por todo el significado que esta encierra, puesto que el literal “b” está mayormente relacionada como el acto de comunicación verbal.

Para hablar de la agresión como acción verbal. Lisowska (2010) explica lo siguiente:

La agresión verbal, tanto la colérica como la instrumental, se enmarca dentro de lo que en psicología se llama la agresión psíquica. Se trata de una actividad verbal cuyo objetivo es destruir o herir el ego del contrario, y, según los estudios de la cortesía, deteriorar la imagen pública positiva de éste. (p.6)

Este concepto que si bien es cierto puntualiza la agresión como un acto verbal, se da con el único interés de herir la susceptibilidad de quien lo escucha acentuando nuevamente la oralidad para llevarlo a cabo.

El análisis que se le ha dado a la comunicación oral parte desde distintos enfoques tanto positivos como negativos, de los cuales es preciso para estudiar dicha comunicación en los espacios públicos y las repercusiones de las prácticas orales o del hablante en dichos espacios, no solo las agresiones verbales, sino aquellas donde el hablante lo emite de manera camuflada con frases o expresiones “galantes”.

Para entender de mejor manera los tipos de comunicación que emplean las personas que realizan acoso sexual callejero en los espacios públicos, se hablara de la comunicación no verbal, puesto que servirá para analizar dichas prácticas.

3.2 Comunicación no verbal

3.1.1 Comunicación no verbal

La comunicación no verbal desde hace siglos ha representado la forma de comunicarnos a través de los gestos o movimientos del cuerpo, que son parte de la comunicación no verbal, puesto que se utilizarán para hacer referencia sobre las distintas maneras de comunicarse en los espacios públicos.

Squicciarino (2012) habla sobre la comunicación no verbal:

La comunicación no verbal proporciona el feedback, fenómeno por el cual el emisor comprende la forma en que los demás decodifican el mensaje. Se utilizara como soporte y refuerzo del lenguaje verbal, o como su sustituto: es un instrumento primario que señala los cambios de características en el desarrollo de las relaciones interpersonales. (p.19)

Es decir la comunicación no verbal sirve como refuerzo de la comunicación oral, puesto que el emisor conoce el modo de comunicarse con los demás, poniendo de manifiesto el cuerpo a través de la postura, mirada, expresiones faciales, los gestos con la cabeza, manos, que contienen diversidad de significados a la hora de comunicarnos.

Para Squicciarino (2012) habla sobre la expresión del rostro, al respecto cita: “las expresiones faciales permiten el feedback y producen en la comunicación no verbal una especie de refuerzo o de puntualización visual que acompaña a las palabras, modulando sus significados. Naturalmente revelan los estados emocionales y denuncian nuestra actitud hacia los demás” (p.24). Por lo tanto las expresiones faciales están identificadas como comunicación no verbal que denotan comportamientos tales como felicidad, tristeza, deseo, enojo sin hacer uso precisamente de las palabras.

3.2.1 La mirada o contacto visual

La mirada o contacto visual también hace referencia a la comunicación no verbal, ya que a través de ella se expresa un sinnúmero de mensajes. Davis (2010) define: “De alguna manera, el contacto ocular nos hace sentir vivamente abiertos, expuestos y vulnerables” (p.80). Es decir esta forma de comunicarnos nos permite identificar el estado de ánimo, al mismo tiempo contribuye a identificar la presencia de otros cuando estamos siendo observados, revelando cierta jerarquía de poder en ser humano.

Squicciarino (2012) se refiere a la mirada de la siguiente manera: “el comportamiento visual presenta una gran variedad y complejidad; con los ojos del hombre puede observar atentamente, mirar de forma torva, dar una ojeada, contemplar, los ojos pueden hipnotizar, atraer, seducir, desafiar, esquivar, lanzar miradas de odio e incluso asesinar” (p.26). Por lo tanto la mirada es un ente poderoso en la comunicación no verbal, ya que atribuye la forma más adecuada para percibir comportamientos no adecuados o no deseados invadiendo la privacidad del otro en caso de ser negativa.

2.2.2 Gestos y movimientos del cuerpo

Los movimientos del cuerpo y los gestos, tales como el de las manos, de la cabeza, es decir el lenguaje corporal que estos otorgan al ser humano, están sometidos a esa interacción que poseemos para comunicarnos ya sea de forma directa o indirecta. Squicciarino (2012) menciona:

Los gestos que expresan actitudes interpersonales van dirigidos al cuerpo de los demás: así las manos colocadas de forma oblicua con respecto al cuerpo denotan defensa, los movimientos inquietos de las manos o de las piernas representan generalmente el deseo de huir de la otra persona, la exposición de determinadas partes del cuerpo puede implicar una invitación sexual. (p.28)

Por tanto los gestos también varían según el sexo, edad, y la clase social que el ser humano ocupe en la sociedad, cada gesto representa distintos movimientos del cuerpo que son analizados de acuerdo al sistema cultural en que nos encontremos.

3.2.3 Disciplinas de la comunicación no verbal

Dentro de la comunicación no verbal existen disciplinas que sirven para determinar el comportamiento en el espacio en relación con la postura que obtiene cada individuo. La Kinésica como disciplina de la comunicación no verbal para Mancera (citado por Domínguez, 2009) define:

Es el estudio sistemático que hace referencia a los movimientos corporales no orales, de percepción visual y aquellas posiciones del cuerpo, ya sea de forma consciente o no, que poseen un valor comunicativo clave en el proceso de la Comunicación no Verbal combinado con la estructura lingüístico-paralingüística del hombre. (p.8)

Cabe señalar que esta disciplina pone de manifiesto la postura del cuerpo que el ser humano evidencia cuando hace uso de los espacios a través de los comportamientos o conductas de cada individuo y la disposición que tome el cuerpo del sujeto hacia otro individuo.

La proxémica también es otra de las disciplinas que estudia la comunicación no verbal. Domínguez (2009) define:

La Proxémica es la ciencia que estudia el conjunto de comportamientos no verbales que hacen referencia a la organización del espacio y se encarga de analizar el valor expresivo que el ser humano le confiere a dicho dominio. Dentro de éste ámbito de estudio podemos distinguir entre dos tipos de espacios. A<zPor un lado encontramos el espacio físico o territorial y en segunda lugar, el espacio psicológico o personal. (p.16)

Esta ciencia analiza los distintos comportamientos de acuerdo al espacio físico y el espacio personal que varían de acuerdo a la cultura que posee cada individuo en relación a lo que se encuentra a su alrededor, es más está vinculado al dominio del sujeto que ejerce cuando se hace uso del espacio público.

En la comunicación no verbal también se establece la conducta no verbal, puesto que todos los seres humanos interpretamos de distintas maneras lo que nos rodea, no solo por

cultura que se poseemos sino porque cada ser humano es totalmente diferente al otro en lo que piensa y siente. Hall (citado por Martínez, 2012) menciona sobre la conducta no verbal:

Debemos aprender a comprender los aspectos "no conscientes" de la comunicación. No debemos creer nunca que somos plenamente conscientes de lo que comunicamos al otro. Hoy en día se producen terribles distorsiones del significado cuando los hombres tratan de relacionarse. El trabajo de alcanzar la comprensión y la penetración de los procesos mentales de los demás es mucho más difícil de lo que la mayoría de nosotros quiere admitir. (p.37)

Según esta definición que hace Hall se debe estudiar pausadamente los distintos tipos de comunicación no verbal, puesto que difieren de la visión particular que tiene cada individuo, contradiciendo la infinidad de acepciones que existen en la comunicación no verbal.

4. Comunicación oral y no verbal en el acoso sexual callejero

4.1 El acoso sexual callejero

Tanto la comunicación oral y no verbal están inmersas dentro de las prácticas de acoso sexual callejero, puesto que la comunicación oral a través de los piropo o frases con contenido sexual agresivo ubican a la mujer como un objeto, ridiculizándola frente a los demás, así mismo la comunicación no verbal a través de diferentes posturas o movimientos del cuerpo hacen que la mujer se sienta rezagada de los espacios públicos

Este tema ha sido muy poco tomado en cuenta, en la actualidad ciertos estudios de Perú, Chile, Argentina que se han enfocado a analizar el acoso sexual callejero como un problema social que afecta la vida diaria de las mujeres cuando hacen uso del espacio público, en nuestro país los estudios de análisis y la influencia de los medios de comunicación sobre esta problemática aún son escasos, la invisibilización y naturalización sobre el tema por parte de las mujeres y la sociedad en general representa una problemática que aún tiene que ser analizada a profundidad.

El Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, ha dado prioridad al hablar de esta problemática en uno de sus estudios que sirve como un referente para tratar el tema de acoso sexual callejero puesto que se realizó en uno de los países de América Latina, definiéndolo de la siguiente manera:

Se puede definir el acoso sexual callejero como un conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, de besos, tocamientos, masturbación pública, exhibicionismo, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un manifiesto carácter sexual. Estas prácticas revelan relaciones de poder entre géneros, pues son realizadas sobre todo por hombres y recaen fundamentalmente sobre mujeres, en la mayoría de casos desconocidas para ellos. Las realizan hombres solos o en grupo. (Vallejo & Rivalora, 2013, p.1).

Por ello las prácticas de acoso sexual callejero son puestas en práctica en su mayoría por hombres que no conocen a las mujeres, cuando ellas hacen uso del espacio público es decir en la vía pública, transporte público o privado, etc. De manera ligera o fugaz que la mayor parte de la gente no lo alcanza a notar a excepción de la víctima, de tal forma esta rapidez contribuye a invisibilizar esta problemática en la sociedad. Gaytán (citado por Vallejo & Rivalora, 2013) sobre la invisibilización del acoso callejero menciona: “la rapidez con que muchas de estas prácticas suelen realizarse y la forma velada en que se presentan hacen que sean aparentemente intangibles” (p.1). De tal forma la mayor parte de la gente no lo nota e inclusive en sociedades como la nuestra ha sido tomada como una costumbre más y naturalizada por la sociedad en general y por las mismas mujeres como un tema del que no requiere una atención mayor.

La sociedad se ha hecho un cómplice pasivo de esta problemática puesto que ha dejado pasar por alto ciertos factores que han sido naturalizados, educando a las niñas desde pequeñas a sentirse protegidas por un hombre y guardar cierta prudencia al momento de vestir.

Vallejo & Rivalora (2013) afirman:

Se les dice desde pequeñas cómo vestir para evitar la atención masculina, se le pide evitar ciertos lugares, se le pide no expresar abiertamente opiniones que la muestren como un sujeto sexual, con deseos y fantasías. Se educa a las mujeres para vivir evitando agresiones sexuales, y, si esta llegara a ocurrir aún con todas las “precauciones”, queda igual la sospecha de la culpa. (p.19)

La culpabilización a las mujeres es visible, siendo esta forma más la común de educar a edades muy tempranas sobretodo en sociedades Latinoamericanas, donde aún existen costumbres conservadoras y patriarcales.

4.2 Dominio del espacio público

El uso de estos espacios públicos se ve dominado por el sexo masculino, rezagando a la mujer a utilizar ciertos espacios y vestimenta: Falú (2009) afirma:

El espacio público sigue siendo masculino. La internalización cultural del espacio público o urbano como masculino, y por ello vedado para las mujeres, contribuye a que se sientan responsables cuando son víctimas de algún delito en la vía pública, por circular en horarios considerados socialmente inapropiados o con determinada vestimenta. (p.23)

El empoderamiento de este espacio por parte de los hombres tiene como consecuencia culpa, temor e inseguridad en las mujeres, afectando su integridad física y emocional, debilitando la autoestima en las mujeres y profundizando el sentimiento de inseguridad en espacios públicos.

Gaytán (citado por Guillén, 2014) hace referencia al efecto negativo que tiene el acoso cuando son víctimas de estas prácticas, de tal forma, cita: “las mujeres acosadas desarrollan cambios a nivel psicológico y conductual como evitar caminar por determinadas zonas o modificar su forma de vestir, con la esperanza de reducir el acoso callejero” (p.9). Por ello el espacio público se ve quebrantado cuando existen manifestaciones degradantes y ofensivas hacia a las mujeres, por lo tanto toman medidas que les ayuden a superar esos momentos incómodos y desagradables.

La posición de una mujer frente a un hombre, donde la víctima ha sido ofendida o avergonzada, le da ventaja al acosador para que esta no le pueda reclamar o no pueda defenderse, haciéndole frente a la amenaza. Kearl (citado por Guillén, 2014) afirma:

Las mujeres que “ignoran” a sus acosadores pueden ver dañadas su autoestima y su salud, pues en muchos casos la respuesta al agresor no se da, debido a que la mujer se encuentra muy avergonzada por haber sido tratada de una manera degradante, así como por el miedo a sufrir de algún ataque físico, ante el cual la condición de la mujer la coloca en desventaja para un enfrentamiento. (p.6)

Esta toma del espacio público por parte del sexo masculino otorga a las mujeres una respuesta de inferioridad, por sentir su presencia en lugares inadecuados, horas no prudentes y con vestimenta no apropiada para ocupar dichos espacios, que solamente los hombres pueden o tienen el privilegio de usarlos sin temor hacer acosados.

Para comprender estas conductas en los hombres es necesario analizar una parte de la estructura del sistema patriarcal, imperante en distintos lugares del mundo como es el machismo que sirve para justificar el poder y protección de los hombres que son muy cercanos a ellas y así poder ejercer su postura de jefes y protectores de hogar.

De acuerdo a Stevens (citado por Vallejo & Rivalora, 2013) define el machismo como: “el culto a la virilidad y se caracteriza, entre otras cosas, por la agresividad e intransigencia exageradas en las relaciones de hombre a hombre, y arrogancia y agresión sexual en las relaciones de hombre a mujer” (p.9). De esta forma el machismo representa dominación, poder entre su mismo género y hacia el sexo opuesto, reflejando ciertos estereotipos sobre el sexo masculino y femenino que en gran medida han aportado y aportan los medios de comunicación sobre todo los medios televisivos ayudados por la imagen y sonido sobre el contenido del mensaje que se da a conocer a la audiencia.

La estructuración del espacio, según Bourdieu, está presente en la división sexual, en el cual la comunicación verbal y corporal también son participes en la estructuración de este espacio, al respecto, afirma:

La exclusión fuera de la plaza pública que, cuando se afirma explícitamente, condena a las mujeres a espacios separados y a una censura despiadada de cualquier expresión pública, verbal y aun corporal, haciendo de la incursión en un espacio masculino (como los alrededores de un lugar de asamblea) una prueba terrible, puede realizarse en otra parte casi con igual eficacia: de esta suerte, adquiere los visos de una agorafobia socialmente impuesta que puede sobrevivir largo tiempo a la abolición de las prohibiciones más visibles y que lleva a las mujeres a excluirse a sí mismas del ágora (citado por Vallejo & Rivalora, 2013, p.7)

La comunicación oral y no verbal está presente en los espacios públicos puesto que dicho espacio es aun dominado por el sexo masculino como se menciona el propio autor, dando como resultado que la mujer se sienta rezagada y guarde distancia de ciertos lugares que no considera la sociedad apropiados para ellas, quedando totalmente excluida del espacio que le pertenece al sexo masculino.

Para referirnos a la interacción en el espacio público y como lo perciben las personas cuando hacen uso de este, es necesario mencionar la proxémica como comunicación no verbal que ayuda a identificar ciertas características en cuanto a las prácticas de acoso callejero

El antropólogo Edward T. Hall en 1959 usa este término Proxémica “para referirse al estudio de los patrones culturales que usamos para construir, manejar y percibir el espacio social y personal” (Rulicki & Chemy, 2007, p.38). Es decir el espacio está denominado según los patrones culturales que tiene cada individuo y se diferencia de acuerdo al lugar o territorio en que nos encontremos.

En la cultura Lantina el uso del espacio es más cercano a diferencia de otras culturas utilizando mayor contacto físico para comunicarse. Moral e Igartua (Vallejo & Rivalora, 2013) afirma:

De acuerdo con esta, las normas culturales hacen que las personas utilicen diferentes formas en el protocolo social y en la interacción pública. Así, puede observarse cómo en la cultura mediterránea, a diferencia con los países anglosajones y los nórdicos en general, existe un mayor contacto físico y proximidad en la vida social: en las calles, en los transportes, etc. (p.8)

Según este sistema de comunicación verbal el espacio social y personal corresponde a la manera particular de comunicarse, es por ello que en nuestro país esta forma de acercamiento es evidente, puesto que pertenecemos a la cultura latina, debido a cierto parentesco tanto en la conducta, costumbres y formas de vida.

Esta interacción en el espacio público también involucra al género, al momento de hacer uso de este espacio, porque existe cierto quebrantamiento por el sexo masculino con una fuerte dominación o adueñamiento de dicho espacio. Pérez y otros (citados por Benalcázar, 2012) sostiene:

El proceso de socialización masculino se manifiesta a través de una total apropiación del espacio público como su espacio natural. Las agresiones verbales y físicas sobre la mujer son una expresión de su masculinidad. Este aspecto dificulta que se entienda como violencia por parte de los hombres lo que las mujeres sí califican de esta forma: piropos, tocamientos, y demás formas de violencia en mayor o menor grado. (p.22)

De acuerdo a la apropiación del espacio público se registran ciertas formas de comunicarse, que provocan cierta violencia hacia las mujeres, lo cual para los hombres no es notable y forma parte de las costumbres propias de la cultura.

4.3 El piropo

Una de estas costumbres de la cultura, sobretodo de la época pasada que aún tiene vigencia en la actualidad, es el piropo: según el diccionario de la Real Academia española cambio el significado del piropo. Carvajal (2014) afirma:

El *Diccionario de la Real Academia Española*, referente del uso del castellano que cobija a Suramérica, incluyó en su versión de 1843 la definición que mantiene hasta la última en 2011: “lisonja o requiebro”. Sin embargo, desde su primera edición en 1780, definía el término también como “el relumbrón de voces demasadamente cultas” en un sentido de uso metafórico que podría asociarse a la forma de piropo cortés o halagador; esta acepción desaparece en la edición de 1884. (p.28)

Con la versión de finales de 1014, la RAE cambia de significado después de 171 años, aparece después de un cambio de época, debido a que en años pasados era algo común escuchar de forma creativa los piropos que se les decía a las mujeres, cuya tergiversación propia del piropo en la actualidad se debe al pasar de los años.

Tillería menciona al respecto: “La urbanización y el sobrevenir de los años, generó un proceso de arrinconamiento y paulatina eliminación o re-significación los escenarios en donde se vivían los piropos, como una manera de expresar esa creatividad popular, porque el espacio urbanístico y arquitectónico puede representar el espíritu de una época” (citado por Benalcázar, 2012, p.39)

La re-significación de los escenarios es justamente el cambio de época que vivimos, lo cual el piropo ya no tiene el mismo significado que tenía anteriormente, haciendo alusión al contexto patriarcal en el cual se produce para repercutir en el acoso callejero. Espinoza (2014) menciona:

El “piropo” se produce en un **contexto patriarcal**, de relaciones inequitativas y desiguales degénero, en donde el acoso sexual callejero funciona como herramienta que sostiene las relaciones de poder entre hombres y mujeres al recordar a estas últimas su posición en la sociedad: objetos cuyos cuerpos son evaluables, tasables y penetrables. (p. 66)

Esta tergiversación del piropo ha sido analizada por la desigualdad de género que se produce al momento de ser emitido por el sexo masculino, ya que contrasta esa relación de poder que sale a relucir y hace referencia al cuerpo de la mujer como un objeto.

La masculinidad también se expone dentro del espacio público como una forma de comunicar y de sobresalir por sus palabras frente a otros hombres. Andrade afirma:

Los hombres construyen cotidianamente su masculinidad no solamente frente a mujeres, sino primordialmente frente a otros hombres. Así, generalmente los piropos ocurren cuando otros miembros del grupo masculino están presentes para atestiguar la creatividad verbal de quien lolanza. Es cierto que la mujer es, en tanto objeto, la causa del piropo, pero la audiencia receptora es otra: es el grupo de amigos, y, por tanto, se busca efectivamente una validación de las habilidades masculinas no frente a la mujer sino frente a los hombres (citado por Benalcázar, 2012, p.34)

La creatividad verbal frente a los demás se manifiesta como un acto de sobresalir y de querer marcar su masculinidad para quedar o se bien vistos por el grupo de hombres que lo está observando, ubicando a la mujer en un nivel de inferioridad al ser uso del espacio público.

Sin embargo estas apreciaciones deben ser estudiadas y tomadas en cuenta dentro del contexto social en el que vivimos, porque sirven como referentes y se puede abordar ciertos aspectos que tienen similitud con el tema de estudio, las diferentes manifestaciones del piropo como tal, también deben ir acorde con las apreciaciones que tengan respecto a este, para poder determinar el grado de tergiversación que ha sufrido con el tiempo. La cultura también representa la forma adecuada para tratar el tema de estereotipos impartidos en sociedades como la nuestra.

4.4 Cultura y género

Para adentrarse al tema de los estereotipos es necesario conocer que la cultura es la base de toda manifestación humana y que tiene una fuerte repercusión dependiendo de lo que sucede a nuestro alrededor.

La cultura es el gran conjunto de los conocimientos que una sociedad posee de sí misma y del entorno que le rodea. Es dinámica, rica y particular. Se manifiesta en las creaciones plásticas, las construcciones, la ciencia, la tecnología, las creencias, las costumbres y demás. (Gutiérrez et al., 2009, p.198)

La cultura está vinculada al concepto de identidad cultural y da posibilidad a los miembros de un determinado grupo social a reconocerse como tales, la conciencia es la que permite marcar diferencias con respecto a las demás culturas, y con ello la sociedad representará bienes culturales como expresiones materiales e inmateriales que sustentan la cultura, conforman la identidad, esta identidad cultural conlleva a la identidad de género (Gutiérrez et al., 2009). La cultura tiene un proceso el cual se desarrolla a través de una identidad de género que representa a un determinado grupo y evidencia las distintas fases que lo involucra, poniendo de manifiesto que se da de acuerdo al entorno social en que se encuentra.

El género está construido por diferentes procesos ya mencionados que van definidos de acuerdo al sexo masculino y femenino a los cuales se les asigna diferencias conforme a su entorno.

Mateos (2013) habla al respecto:

El género es una construcción arbitraria en la cual se asocian características socioculturales a los hombres y mujeres (sexo masculino y sexo femenino); el género es el resultado de una construcción social y, por ende, si hombres y mujeres en su misma categoría biológica son iguales, el género nos diferencia según la cultura, entorno y momento histórico en que nos desarrollamos. (p.89)

El género está asociado según la cultura, entorno y proceso histórico, no solamente se asigna o está relacionado con su aspecto físico o transformación que ha tenido durante este proceso histórico, sino más bien está conformado por la cultura y todo lo que nos rodea en donde se desarrolla cada individuo.

Altés & López (citado por Gutiérrez et al., 2009) la cultura también está relacionada con los estereotipos, de tal manera, cita lo siguiente: “Los estereotipos desde una perspectiva de investigación basada en los planteamientos socioculturales, viene vinculándose a la matriz social. Los estereotipos se aprenden con los procesos de enseñanza y socialización siendo reflejos del entorno del que surgen” (p.197). Los estereotipos son transmitidos por lo que vemos y escuchamos de los demás, introducidos desde los procesos de enseñanza que tiene o aprendido cada individuo.

5. La imagen de la mujer en los medios de comunicación.

5.1 Sexismo en los medios de comunicación

El sexismo en los medios de comunicación afecta a hombres y mujeres, determinado roles al sexo masculino y femenino en posiciones desiguales. Mateos (2013) define el sexismo como: “un prejuicio que consiste en creer que hay actitudes adecuadas o inadecuadas según el

sexo de la persona. El sexismo genera discriminación y es negativo tanto para hombres como para mujeres, ya que reduce las posibilidades de ambos” (p.96). Los medios de comunicación se han encargado de fortalecer este elemento de estructura patriarcal a través de representaciones ya definidas para hombres y mujeres en cuanto a su capacidad física e intelectual, dando rasgos distintivos por ser de sexo diferente.

Pero hay que reconocer que la mujer es la mayor utilizada para representar una imagen sexista, que de cierta manera ha reflejado inferioridad en cuanto a su género por tratarse de lo masculino por encima de lo femenino, separando papeles y creando una especie de desigualdad entre los dos géneros.

Basado en la teoría feminista. Mateos (2013) dice lo siguiente:

El sexismo genera o conduce al machismo, el cual engloba el conjunto de actitudes, prácticas sociales y creencias destinadas a justificar y a promover el mantenimiento de actitudes discriminatorias contra las mujeres y el androcentrismo sitúa la visión masculina como centro del Universo, como medida de todas las cosas y representación global de la humanidad, ocultando otras realidades entre ellas, la de la mujer. (p.96)

Entonces, el sexismo se manifiesta como un modo de poder y superioridad hacia al otro sexo, en este caso la mujer, poniendo de manifiesto que el varón por ser de sexo masculino representa mayor capacidad para pensar y decidir, omitiendo la capacidad de pensar y elegir sobre lo que desea decir o hacer y alimentando esa concepción errónea en las mujeres que solamente a través de la belleza y el cuerpo se puede tener un estatus social aceptable para los demás.

Acaso, Altés, Bengoechea, De Mi-guel, López & Olabbarri (citados por Gutiérrez, Rodríguez & Gallego, 2009) sostiene: “El lenguaje de los medios, tradicionalmente sexista, refleja el mundo del que parte puesto que de una manera sutil reflejan un pensamiento, una manera particular de ver el mundo” (p.194). En este caso, el sexismo en televisión se ha convertido en uno de los mayores promotores para llevar acabo el papel de la publicidad,

cuyo objetivo representa de gran valor al momento de ofertar cualquier servicio, puesto que cada individuo ve el mundo de distinta manera e interpreta según su pensamiento, educación y valores.

Con respecto a este tema existen dos clases de sexismo: sexismo hostil y sexismo benevolente. Según Rottenbacher (citado por Guillén, 2014) “El sexismo hostil es la expresión drástica de prejuicio dirigido hacia la mujer se asociaría con frases despectivas y la idea de que la sexualidad de las mujeres puede ser utilizada con el fin de obtener algún tipo de beneficio personal” (p.9). Este tipo de sexismo se ve reflejado en la practicas de acoso sexual callejero cuyo aporte proviene de alguna manera desde los medios televisivos siendo uno de los primeros en mostrar a la audiencia frases ofensivas a través de la publicidad y programación que perjudica la integridad femenina, dando como resultado las insinuaciones de carácter sexual agresivo que las mujeres reciben cuando hacen uso del espacio público.

Glick & Fiske (citado por Guillén, 2014) por su parte menciona: “El sexismo benevolente se trata de un conjunto de conductas sexistas que buscan mantener una visión estereotipada de la mujer. Se trata de una visión paternalista, donde el hombre cumple el rol de protector” (p.10). El sexismo benevolente se ve ligado a la costumbre patriarcal imperante en sociedades pasadas y que tiene vigencia en la actualidad, donde la compañía del hombre se hace necesaria para que la mujer pueda sentirse segura.

El sexismo en los medios televisivos ha mostrado la imagen de la mujer como un tipo de superficialidad que está preocupada en su cuerpo y rostro convirtiéndola en una muestra de atracción y seducción hacia los hombres, dando como resultado los llamados estereotipos, evidentes en los programas y publicidad de la televisión actual.

En el medio televisivo, sobretodo en la publicidad la mujer es referente de mercancía visible y vendible ante los ojos de los demás y se la utiliza para actividades inferiores hacia el sexo masculino.

La publicidad sexista es aquella que utiliza la imagen de la mujer de una forma indigna, utilizando su cuerpo para llamar la atención, atribuyéndole trabajos “femeninos” o asignarles exclusivamente la capacidad de cuidado a terceros y al ámbito doméstico, entre otros. (Macho, 2014, p.17)

En gran parte la publicidad aporta a denigrar y discriminar a la mujer por ser de sexo femenino, formando una imagen preconcebida desde los medios televisivos en la mente de los espectadores.

5.2 Los estereotipos en televisión

En la actualidad los estereotipos representan una forma de identificación hacia ciertas características que son dadas por hecho sobre un grupo determinado, mostradas desde los medios televisivos como representación real de dichos grupos.

Morales & Rincón (2014) afirma: “Los estereotipos son el conjunto de creencias positivas o negativas que caracterizan a un grupo social y que permiten incluir a las personas en diferentes grupos sociales” (p.518). En los medios televisivos los estereotipos representan la forma más adecuada para darle nombre a las cosas, asociándolos con una determinada imagen o concepción ya estructurada en la mente de cada persona, lo cual permite caracterizar y dar una jerarquía a un grupo social, dando por aceptada que esa caracterización representa a la mayoría como representativa de un determinado grupo, en este caso de género masculino o femenino.

Leñero (citado por Carmona, 2012) sostiene que los estereotipos en los medios de comunicación se “Los considera como la elaboración de conceptos e imágenes, frecuentemente de tipo ideológico, que simplifican y homogeneizan las ideas y las

características que se atribuyen a personas, grupos y categorías sociales, a través de generalizaciones” (p.58). De tal manera los estereotipos en los medios de comunicación de masas están señalados por los roles ya asignados de cómo deben ser los hombres y las mujeres, sus características físicas, las relaciones de poder entre los dos géneros, limitando la capacidad de actuar frente a los demás, dándole esa facultad de presentarse o parecerse a los personajes que presentan los medios de comunicación en este caso aún más en la televisión.

Fajardo (citado por Caldevilla, 2010) argumenta que la mujer en la televisión aún se sigue representando con ciertas creencias sobre su género, al respecto cita:

La mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos” (p.75)

Todos estos estereotipos han sido asignados desde muchos años atrás por la misma cultura patriarcal que ha imperado en sociedades conservadoras como la nuestra, cuyo papel ha sido reafirmado aún más con la llegada de la televisión a través de los contenidos presentados a la audiencia.

La mujer sigue representada por la ternura, madre abnegada, reina del hogar, ama de casa, mujer objeto, que se le ha dado nombres por su misma condición de ser mujer, evidenciando su inferioridad intelectual frente a un hombre, cuya imagen está relacionada con la de un líder, capaz de decidir, como el hombre de la casa que ejerce su dominio hacia el otro sexo que es “débil”.

Aguilar, Altés, Bourdieu, Jung & Sánchez Bello (citados por Gutiérrez et al., 2009) los estereotipos en la publicidad son más evidentes en la televisión, dice:

Los estereotipos (ideas que se repiten y se reproducen sin variación en la publicidad desde el inicio de esta) están configurando el núcleo narrativo de la publicidad. Ligados a prejuicios sociales y con actuaciones que llevan comportamientos discriminatorios suponiendo una generalización y simplificación exagerada sin tener en cuenta la singularidad o individualidad de las personas. Dichos estereotipos tienden a infravalorar a la mujer, sobrevalorando el papel del hombre. (p.199)

La publicidad es un promotor de dichos estereotipos provenientes de la televisión donde se puede ver y escuchar al mismo tiempo, poniendo de manifiesto el papel que juega la mujer en la sociedad y el papel de mayor realce e importante que juega el hombre en nuestra sociedad actual.

En la publicidad y programas de los medios televisivos la mujer se encuentra realizando las tareas domésticas y como un objeto sexual que le es otorgado por la imagen que se muestra para vender distintos productos comerciales, siendo imprescindible la presencia de la imagen de la mujer para dar a conocer el mensaje a la audiencia, asociando que solamente su aspecto físico tiene importancia y mientras tanto su inteligencia queda desvalorada (Gutiérrez et al., 2009). Además es imprescindible nombrar que la belleza estereotipada en los medios televisivos representa la mayor atracción única para seducir y persuadir al televidente, dando como resultado una concepción errónea en las mujeres, haciéndolas creer que su rostro y cuerpo son lo más importante para obtener beneficios económicos y éxito social.

En el aporte de la creación de los estereotipos se encuentran géneros televisivos que han marcado la programación Latinoamérica y nacional, repercutiendo en la televisión local, la telenovela, las películas, los videos clip que han sido adaptadas en los medios televisivos han significado el trofeo mayor para la industria televisiva, obteniendo el rating necesario y rentable para llevar a cabo proyectos de este índole que son procreadores de los típicos estereotipos cuyo reflejo recae en la sociedad.

Uno de estos géneros televisivos que ha servido para generar rating es la telenovela, que es aparentemente el reflejo de las acciones de la vida real, pero que están cargadas de un sinnúmero de estereotipos que tergiversan la realidad social. Medina & Barrón (2010) afirma:

Las telenovelas responden al género de ficción que tiene su origen en Latinoamérica. Su rasgo característico es que son capítulos con historias continuadas que suelen durar varias temporadas. Los personajes de las telenovelas son simples y responden a estereotipos apasionados donde los sentimientos se convierten en el *leit motif* de sus acciones. (p.78)

Las telenovelas tienen contenidos que ubican a la sociedad en diferentes estratos sociales, clasifican por su color de piel, raza, sexo, el acento del habla, etc. Representado a la mujer como el premio grande al momento de ser conquistada por diferentes pretendientes que están listos para llevarse la recompensa, el papel de tierna, cariñosa, amable, mujer de casa, fiel, son algunos de los estereotipos que están presentes en las telenovelas actuales que no exactamente provienen de la realidad local sino son traídas desde afuera.

El Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, OBITEL 2014, integrado por 11 países entre ellos Ecuador, publica un estudio anual de la industria iberoamericana y promueve la formación de productores y creadores del área de ficción televisiva. En nuestro país la ficción televisiva que representa mayor porcentaje de audiencia son las telenovelas.

Las que más se exhibieron en 2013 como ficción importada fueron las telenovelas mexicanas, colombianas, seguidas de las brasileñas, con un alto grado de espectadores, cuyas temáticas fueron las relaciones interpersonales, tanto en la pareja, como en la familia, en el trabajo, vecindario, donde son evidentes los conflictos de clase. (Ayala, 2014). Los estereotipos están arraigados en este género ya que la población ecuatoriana no solamente consume producción nacional sino también en gran parte producción internacional.

La mujer es la imagen ideal para llevar a cabo esta representación, las temáticas más tratadas son de la mujer perfecta que vela por su familia y antepone la felicidad de los demás antes que la de ella, donde el líder y el que tiene mayor poder en la toma de decisiones, es el

hombre, de tal manera que el sistema patriarcal y el machismo están presentes en la trama de las telenovelas, permitiendo que los estereotipos de mujer trofeo y mujer objeto sean los más visibles en la televisión nacional que impactan en la conducta, costumbres, y valores de los espectadores.

Los videoclip son una forma de vender publicidad a través de la imagen y sonido, los temas son dirigidos a ofertar a un cantante que se convierte en un ejemplo a seguir, imitados por la audiencia por su estilo de vida, manera de vestir, de hablar y su conducta.

Macho (2014) afirma:

El videoclip es material publicitario no convencional, es decir, se trata de una forma de reinención de esta para poder llegar de forma más eficaz al público. El videoclip busca como público objetivo un sector joven de la sociedad que se identifique con la canción, o el artista y que consuma sus productos. De esta forma le influirá en la toma de decisiones respecto al tipo de música que escucha e incluso en aspectos más serios de su vida, como en formas de comportamiento o de vestir. (p.25)

Al dar a conocer un artista a través de los videoclip este opta por hacerlo de la manera más creativa posible, adquiriendo distintas formas de vestir, hablar y su comportamiento que le ayudaran a marcar su estilo propio dentro de la competencia musical.

Por ello la manera de atraer al público es mostrando imágenes que sean comerciales, y una de la imágenes más rentables, es la mujer, puesta como objeto sexual, utilizando su belleza física para atraer a los espectadores. La seducción, el coqueteo, utilizando la ternura y sensualidad de la mujer convierten en factor preponderante a la hora de ofertar su producto, dando como resultado la denigración hacia el sexo femenino que una vez más es exhibida como un objeto que está solamente para atraer a alguien, haciendo uso de sus dotes físicos sin tomar en cuenta su inteligencia para pensar y actuar de forma sobresaliente. Aguilar (citado por Gutiérrez et al., 2009) al respecto menciona:

Los videoclips musicales es también altamente significativo en lo referido al culto del cuerpo, sobre todo en el caso de los promocionales de algunas autoras donde hay una superabundancia de angulaciones exageradas, composiciones muy forzadas a través de las líneas de composición dirigiendo la atención del espectador con escorzos, planos muy cortos de los glúteos descritos milimétricamente en ocasiones utilizando movimientos de cámara casi a cámara lenta, en los que se destacan los movimientos corporales para potenciar la fuerza sexual que conllevan. (p.196)

El culto del cuerpo está relacionada con la forma de mostrar tanto lo femenino y masculino resaltando las características más llamativas del hombre y la mujer, la cámara tiene gran importancia en la lectura de la imagen puesto que tiene una narrativa para que pueda llegar el mensaje de forma esperada por quien lo produce, convirtiendo a la mujer como un ente sobresaliente para ser utilizada como objeto de consumo y un trasmisor de seducción, su cuerpo y rostro representan lo llamativo a la hora de captar la atención a través de la cámara para ser presentado a la audiencia.

El cine y la televisión se han conjugado para mostrar una realidad social apartada de las costumbres y valores de países extranjeros que no tienen nada que ver con la identidad propia, inspiradas en acontecimientos desconocidos e imaginarios que en cierta forma no constituyen una realidad social nuestra, al ser contenidos desde la industria hollywoodiense que arrasan con el cine nacional, regional y por ende con la cultura, valores, y conductas de cada individuo.

Comparato (2014) afirma: “el cine y la televisión son dos versiones, tecnológica y socialmente distintas, de un mismo lenguaje, que se define por un cierto tipo de combinaciones entre palabras, música, ruidos, menciones escritas, imágenes en movimiento” (p.17). Es por ello que tanto el cine y al televisión son diferentes pero adaptados por la nueva tecnología para que la audiencia pueda observar desde la comodidad de sus domicilios, pero dejando de lado la importancia de sus contenidos que son transmitidos de manera general para todo tipo de público y no son tomados en cuenta por la diferencia cultural.

La implantación de la diferencia de culturas, costumbres y valores proviene del cine estadounidense destinadas en su gran mayoría a las audiencias latinoamericanas y obteniendo ganancias rentables a través de las películas, reflejando un alto grado de estereotipos marcados y contenidos tergiversados por la industria cinematográfica estadounidense.

Los análisis de contenido de los autores clásicos en el imperialismo cultural de los setenta y los ochenta, por su parte, concluyeron que los mensajes estadounidenses reflejaban exclusiva o predominantemente significados ideológicos hegemónicos con claro potencial de impactar y manipular a las audiencias latinoamericanas. (Lozano, 2008, p. 68)

Es por ello que los análisis del contenido de los mensajes han dado como resultado el impacto y manipulación hacia la audiencia latinoamericana, desplegando o imponiendo ciertos estereotipos latentes en las películas de estilo hollywoodense, respecto a la raza, color de piel, clases o estatus social, sobretodo enfocados en el hombre y la mujer. Estos últimos hacen referencia a la asignación de roles de sexo masculino y femenino, como la belleza física el trato delicado, débil, sumisa, tierna destinados para la mujer, mientras tanto el conquistador, fuerte, poderoso, arriesgado, seguro es destinado para el hombre, esta asignación de roles en las películas estadounidenses también repercuten en aquellas que no exactamente son estilo hollywoodense sino que más bien su estilo ha sido copiado aduciendo que este estilo es el que más vende.

Los estereotipos se ven esclarecidos por distintos formatos que muestra la televisión, cuyo destino impacta de alguna manera en la vida, costumbres, valores y conductas de la audiencia de los cuales la gran mayoría de familias ecuatorianas tienen televisión en sus hogares, empezando por la sala de la casa, cocina y un televisor en cada dormitorio si es preciso, es decir el medio televisivo se encuentra presente en la vida cotidiana de manera que convive y comparte los mensajes y contenidos televisivos.

5.3 la publicidad en medios televisivos

La publicidad constituye uno de los elementos importantes dentro de los medios televisivos porque permite transmitir mensajes que persuaden al televidente, para obtener ciertas respuestas u acciones al momento de elegir un bien o servicio. “La televisión es el medio que mejor define que es la publicidad. Gracias a la estimulación multisensorial, la publicidad constituye la clave de financiación de la industria comunicativa en general y de la televisión en particular” (Degrado, 2005, p.3). Por lo tanto la publicidad se convierte en un mensaje cuidadosamente elaborado para persuadir en el espectador y este a su vez despierta estímulos que provocan una la reacción inmediata a lo hora de adquirir cualquier producto o servicio.

Según Martí (citado por Degrado, 2005) la publicidad utiliza diferentes medios para que el mensaje pueda llegar al sujeto, en relación a esto, cita:

La publicidad es una política de marketing que supone un proceso de comunicación entre la empresa y su mercado de forma que, utilizando distintos medios, se hace llegar al público considerado mensajes sobre productos, servicios o ideas con el objeto de influir en su compra o aceptación. (p.259)

Para que se pueda lograr el resultado adecuado, el mensaje debe tener una relación en cuanto a la forma, color que se va utilizar en el producto, la presentación y elegancia deben marcar detalles significativos al momento de ofertar un servicio o producto.

En cuanto a la publicidad en televisión una de las mayores imágenes que se utiliza es la mujer, como sinónimo de belleza y atracción de sus tributos femeninos, según Martínez (2010) “Al hablar de belleza, hay que tener en cuenta en primer lugar que, en la sociedad de consumo, la noción de lo bello ha ido perdiendo su carácter trascendental para reducirse a lo más material y tangible” (p.259). De tal forma el uso de la mujer en la publicidad de los

medios televisivos ha ido formando mensajes tergiversados en cuanto su cuerpo y belleza, creando conceptos de la mujer, tratada o vista como objeto sexual.

Para Escola (citado por Martínez, 2010) la belleza femenina está enfocada en su aspecto físico, al respecto, menciona: “la publicidad valora en demasía todo lo referente al aspecto externo (fortaleza en el caso del hombre, belleza en el caso de la mujer) en detrimento de cualquier tipo de cualidad intelectual” (p.259). La televisión valora demasiado este componente, otorgando el privilegio de inteligencia solamente al hombre, mientras tanto la mujer contribuye con la apariencia física, rezagada del campo intelectual, sustituido por su cuerpo y su rostro, poniendo en evidencia que la inteligencia les pertenece a los hombres, de este elemento, la publicidad en los medios televisivos se ha encargado de imponer su propia fachada.

Partiendo desde los conceptos anteriores, la imagen de la belleza se representa como una forma de inferioridad hacia la mujer dando como resultados sexismo, estereotipos y aportando a los prejuicios culturales imperante dentro de nuestra sociedad, tomando en cuenta que viene desde un proceso histórico como es el patriarcado, que tiene sus orígenes en la sociedad conservadora a través de las distintas instituciones sociales.

6. Violencia y derechos de las mujeres

La violencia ha sido y es uno de los problemas que afecta a nivel mundial, en las mujeres la violencia ha representado opresión y ha causado incumplimiento de sus derechos, lo que ha ocasionado una lucha constante por alcanzar estos derechos, exigiendo igualdad de género.

La Organización Mundial de la Salud (2002) define la violencia como:

El uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones.(p.5)

De tal manera según esta definición la violencia se ve reflejada en un sinnúmero de actos que pueden venir desde una persona o un grupo de personas, los cuales atenten contra el bienestar físico y psicológico de los demás.

La violencia hacia la mujer está definida y decretada desde 1993 por las Organización de las Naciones Unidas (ONU) (citado por Osborne, 2009), reconociendo desde ese entonces la violencia hacia la mujer, al respecto define:

Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada. (p.536).

Ante ello la violencia hacia la mujer quedo definida, para tratar estos tipos de problemas sociales que hasta ese entonces eran fuertemente evidenciados a nivel mundial, tomando en cuenta del daño que causan hacia la integridad física, sexual o psicológica de las mujeres, ya sea dentro del espacio público o privado.

La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer de Belem Do Pará en Brasil, (citado por Velasteguí, 2012) formulada por la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA, 1994), define la violencia contra mujer: “Cualquier acción o conducta basado en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como privado” (p.21). La violencia contra la mujer ha sido tomada en cuenta casi en todas las instancias gubernamentales más sobresalientes, pero se ha visto opacada y ha ido avanzando de manera paulatina, que hasta entonces no se alcanzaba abarcar todos los problemas sociales que afectaban a la mujer, sobre todo en países donde las costumbres patriarcales aún son

imperantes, de tal manera según esta definición también se evidencia y se constituye como violencia a las agresiones físicas, sexuales o psicológicas dentro de los espacios públicos o privados.

Para englobar todos los problemas de violencia hacia la mujer se incluye la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, realizada en Beijing en 1995 (citado por Santamaría, 2013), del cual se toman doce puntos importantes para ser tratados a nivel mundial.

Mujer y pobreza, el acceso desigual a la educación, la falta y el acceso desiguales a los sistemas de salud, la violencia contra la mujer, los diversos aspectos de la vulnerabilidad de la mujer en conflictos armados, la desigualdad en las estructuras económicas, la desigualdad en el poder y la toma de decisiones, la carencia de variados mecanismos institucionales para mejorar el adelanto de la mujer. (p.23)

Otro de los temas importantes es la falta de cumplimiento de los derechos humanos, además de la representación de la mujer en los medios de comunicación, temas sobre la designación de tareas intelectuales fueron expuestas en la Conferencia Mundial sobre la mujer.

La falta de respeto y la protección inadecuada en cuanto a los derechos humanos, la sub-representación de la mujer en los medios de comunicación, la desigualdad en la gestión de los recursos naturales en la salvaguardia del medioambiente, la discriminación y violación de niñas. (p.23)

De acuerdo a estos puntos tratados se comenzó a establecer medidas que aporten a la eliminación de la violencia hacia la mujer, y contribuyan al bienestar tanto en educación, salud, la toma de decisiones en el ámbito político, económico y social, para que haya una mayor apertura en participación y puedan hacer respetar sus derechos.

La Constitución del Ecuador aprobada en el 2008, en sus artículos, habla sobre los derechos de las mujeres dentro de los espacios públicos y privados, Pizani (2009) cita los siguientes artículos:

Art. 10, num. 2, afirma: Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, [...] el Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.⁴ Así mismo en el art. 66, num. 3: “El derecho a la integridad personal, que incluye: a) La integridad física, psíquica, moral y sexual. b) Una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia. (p.455)

La constitución de nuestro país ratifica y promueve los derechos de las mujeres sin discriminación alguna, para lo cual otorga una vida libre de violencia dentro de los espacios públicos y privados, aunque no detalla de manera específica a la mujer en dichos espacios, contribuye un a entrada para hacer respetar los derechos de todas y todos sin distinción.

Al hacer referencia a los espacios públicos, de acuerdo a los temas mencionados anteriormente y respecto a la problemática detallada, es preciso mencionar el acoso sexual callejero, para comprender este tipo de violencia en dichos espacios desde instancias gubernamentales a través del análisis y cláusulas que son descritas para hacer frente a esta problemática.

La ONG Stop Street Harassment afirma en uno de sus artículos publicados a través de la página web de la organización, que en el 2013 la ONU comenzó hablar por primera vez sobre el acoso sexual callejero en los espacios públicos, en un informe emitido por la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer analizado el 4 al 15 de marzo de ese mismo año, al respecto expresa:

La Comisión expresa profunda preocupación por la violencia contra las mujeres y las niñas en los espacios públicos, incluido el acoso sexual, especialmente cuando se utiliza para intimidar a las mujeres y niñas que ejercen cualquiera de sus derechos humanos y libertades fundamentales. (p.4)

Según este informe hace referencia estrictamente a las mujeres y niñas cuando hacen uso de los espacios públicos expresando su profunda preocupación en cuanto al tema, viéndolo como un problema que requiere de mayor atención y debe ser tratado como un problema que afecta la vida diaria de las mujeres.

Además existen algunas cláusulas detalladas en este informe que respaldan o ayudan a enfrentar el acoso sexual en los espacios públicos, señalando dos estos puntos:

Punto B, especificación (zz) Intensificar las medidas para proteger a las mujeres y las niñas de la violencia y el acoso, en particular del acoso sexual y la intimidación, tanto en espacios públicos como privados, para aumentar la seguridad y la protección, a través de la realización de campañas de sensibilización, la participación de las comunidades locales, la aplicación de leyes, políticas y programas de prevención. (p.15-18)

Por lo tanto también se han implementado iniciativas que ayuden a fortalecer y respaldar la seguridad de mujeres y niñas para cambiar la violencia ejercida en espacios públicos, y contribuir a crear espacios con respeto.

La Iniciativa de las Ciudades Seguras, de las Naciones Unidas, la mejora de la planificación urbana, las infraestructuras, el transporte y el alumbrado públicos, y también a través de los medios de comunicación interactivos y las redes sociales. Punto D, especificación (ppp) Desarrollar mecanismos nacionales de supervisión y evaluación para examinar políticas y programas, incluidas estrategias de prevención y respuesta para combatir la violencia contra las mujeres y las niñas en las esferas pública y privada. (p.15-18)

Las medidas señaladas de la ONU evidencian que se trata de violencia hacia la mujer cuando estas hacen uso de los espacios públicos, y por lo tanto se deben implementar iniciativas para contrarrestar este problema, proponiendo acciones que aporten a la visibilización sobre el tema, a través de medios tecnológicos interactivos con la sociedad, y se promueva a la aplicación de políticas públicas desde la participación social.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

- Cámara fotográfica
- Computador
- Libreta de apuntes
- Cámara botonera (oculta)

Método científico

La siguiente investigación trabajó con el método cuantitativo y cualitativo, mismos que sirvieron para demostrar resultados acorde a las técnicas e instrumentos para la obtención de información que se aplicaron dentro del estudio.

Cuantitativo

Se fundamenta en la medición de características de los fenómenos sociales con base numérica y el análisis estadístico. Este método tiende a generalizar y a normalizar resultados estableciendo patrones de comportamientos que son útiles para la obtención de resultados objetivos. A través de este método se pudo obtener resultados concretos de las encuestas realizadas a estudiantes mujeres del Colegio Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora situado en el canton Loja, provincia de Loja, de las cuales cuya edad fluctúa entre 15 a 17 años. Así mismo se escogió de 1025 estudiantes mujeres de colegio Beatriz Cueva de Ayora 161 alumnas de primero, segundo y tercero de bachillerato para la encuesta y de 223 alumnas de Colegio Adolfo Valarezo se escogió a 36 mujeres según la fórmula aplicada.

Cualitativo

Su objetivo no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, de tal manera este método se puso en práctica para obtener

los diferentes puntos de vista de estudiantes mujeres y hombres como experiencias, emociones, testimonios, es decir descripciones detalladas sobre su conducta, interacciones, manifestaciones que expresan cuando ven, escuchan o les sucede experiencias de acoso sexual en espacios públicos, los distintos gestos con el cuerpo, rostro, lengua, manos que demostraron los y las estudiantes cuando hablaban o explicaban sobre este tipo de experiencias, fueron estas las características que evidenciaron el análisis cualitativo.

Descriptivo

Los estudios descriptivos se basan en especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Además describe tendencia de un grupo o población, puesto que puede ofrecer información acerca del comportamiento, actitudes u otras características de un grupo determinado.

Este tipo de estudio permitió mostrar con precisión los diferentes aspectos del contexto o situación de la investigación, describiendo de mejor manera los distintos tipos de comunicación oral y no verbal de las personas que realizan acoso sexual en los espacios públicos de la ciudad, asimismo sirvió para describir de mejor manera los testimonios y experiencias de las estudiantes que han pasado situaciones de acoso sexual callejero, este tipo de análisis puedo evidenciar a través de la observación a dos estudiantes mujeres del Colegio Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de 15 y 16 años de edad, en las calles del centro de la ciudad y en el transporte público, para identificar el comportamiento, gestos con el cuerpo por parte de los acosadores, además en los grupos focales permitió analizar y describir los distintos gestos con el cuerpo al momento de contar experiencias que habían visto, recibido o escuchado.

Análisis de discurso

Método de las ciencias sociales que está siendo tomado en cuenta para estudios de la conversación orales y escritos, es decir permite analizar la intencionalidad con la que se describe o se narra la conversación o texto, sobretodo la importancia del mensaje y sus significados.

De tal manera este método permitió interpretar los distintos tipos de comunicación oral y no verbal, que se efectuaron dentro de los grupos focales a los estudiantes de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, a través de los testimonios y entrevistas; el análisis de discurso sirvió para organizar y analizar los diferentes frases y palabras que tienen características que contienen características de carácter sexual agresivo.

Técnicas de recolección de información

Grupos focales

Los grupos focales sirvieron para observar e interpretar las diferentes formas de expresión oral y no verbal, permitiéndonos identificar el grado de reacción de los adolescentes frente al tema. Las experiencias, testimonios, también constituyen una aporte a esta técnica, ya que las vivencias de las víctimas y de los practicantes representaron el reflejo de lo que se pretende encontrar con la investigación, esta técnica fue aplicada a los estudiantes de secundaria de 15,16 y 17 años de edad, tanto hombres como mujeres.

La observación

Permitió identificar las actitudes, el grado de interactividad y relación de los adolescentes dentro y fuera de su lugar de estudio acorde a los horarios y disponibilidad de los estudiantes , la observación sirvió también para arrojar resultados a través de videos para determinar el acoso callejero utilizando a las chicas cuando salen a la calle, lo cual se hizo un seguimiento

con cámaras ocultas para medir el grado de acoso, y así poder conocer la edad, los tipos de comunicación ya mencionados y la conducta de los acosadores.

Entrevista semiestructurada

Esta técnica nos permite tener mayor contacto con las personas considerados fuentes de información adecuadas, cuyo propósito fue obtener información de manera más abierta y espontánea, información que permitió profundizar y obtener mayores datos sobre el estudio.

Las entrevistas nos sirvieron para recolectar información de los involucrados, respecto a la forma de expresar sus comentarios hacia las mujeres, tomando el punto de vista sobre si les parece adecuado o no realizar estos tipos de prácticas, ayudándonos a determinar si las chicas les parece apropiado o no recibir dichas frases. Las entrevistas también se desarrollaron con especialistas en psicología y sociología que conocen sobre el tema, quienes nos permitieron tener una mayor profundidad en la investigación.

Encuestas

Es otra de las técnicas para la recolección de la información cuyo objetivo es obtener información de las personas sobre determinado tema a través de un conjunto de preguntas. Las encuestas las utilizamos para conocer los diferentes puntos de vista de un mayor número de personas, obteniendo significativos conocimientos en cuanto al tema, apoyándonos y relacionando con las entrevistas antes mencionadas. La encuesta fueron a estudiantes con preguntas claras para que las personas encuestadas puedan responder adecuadamente, además esta técnica fue aplicada únicamente a estudiantes mujeres de 15 a 17 años de edad de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora.

f. RESULTADOS

ANÁLISIS DE ENCUESTAS

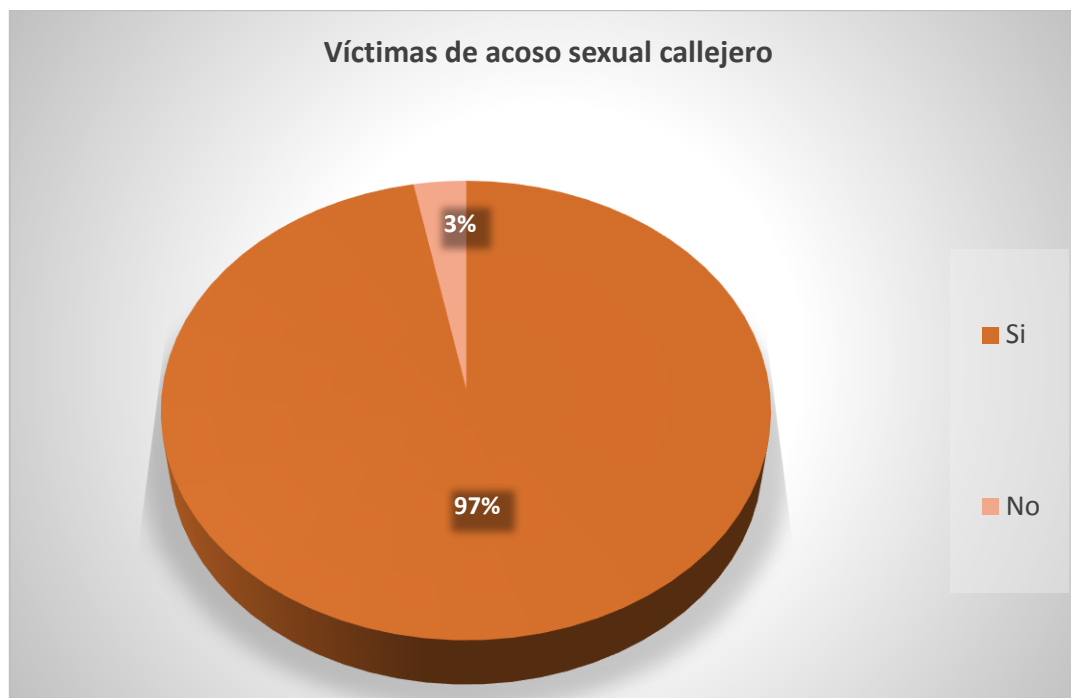
1. Alumnas del Colegio Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, víctimas de acoso sexual callejero en la ciudad de Loja.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	191	97%
No	6	3%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 1



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

El acoso sexual callejero es un fenómeno que ocurre en los espacios públicos (parques, plazas, calles, transporte público) como un conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, besos, tocamientos (manoseo o roces), masturbación pública, exhibicionismo de genitales, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un manifiesto carácter sexual, la mayor parte de las estudiantes mujeres registran haber sido víctimas de este tipo de acoso, puesto que es un problema que afecta diariamente la vida de las mujeres en espacios públicos.

¿Has sido víctima de acoso sexual callejero? los resultados expuestos en el cuadro estadístico indican que 197 encuestadas de las edades de 15, 16, 17 años de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la Ciudad de Loja que equivale al 100% de la muestra, el 97 % que equivale a 161 mujeres manifestaron haber sido víctimas de acoso sexual callejero y tan solo el 3% que corresponde a 6 personas señalaron no haber sido víctimas.

Según la problematización formulada en el proyecto de investigación es necesario conocer el porcentaje de estudiantes que sufren acoso sexual callejero, puesto que es justamente en esta pregunta que radica una de las bases de la investigación a estudiante mujeres de secundaria.

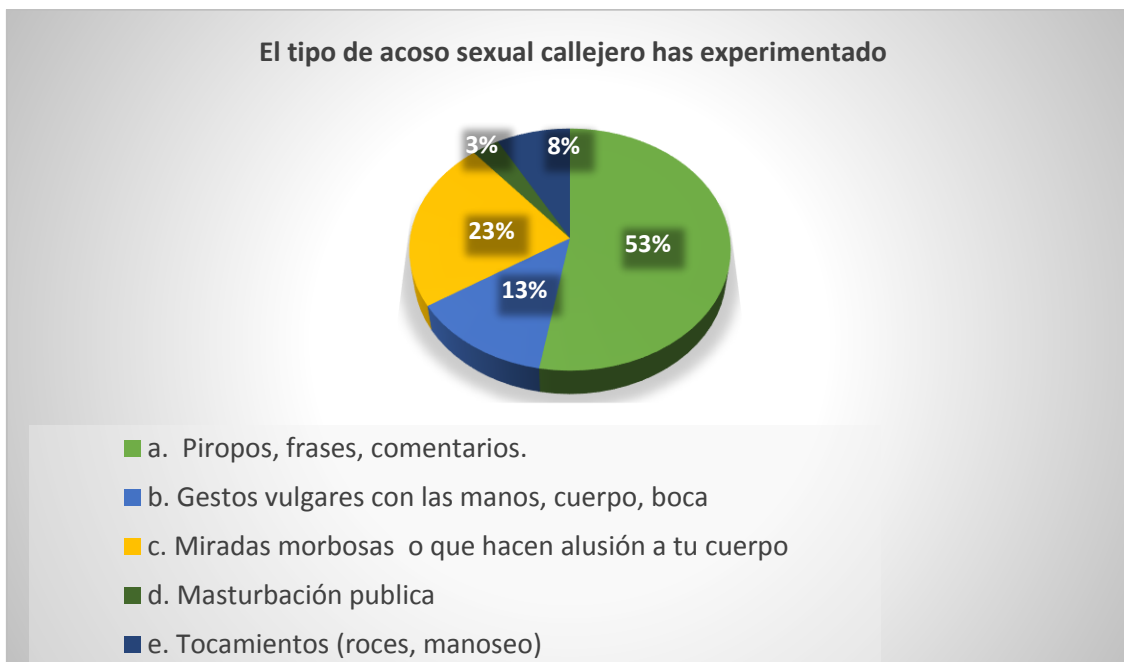
2. Alumnas del Colegio Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, el tipo de acoso sexual callejero que han experimentado.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Piropos, frases, comentarios.	104	53%
b. Gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca	26	13%
c. Miradas morbosas o que hacen alusión a tu cuerpo	45	23%
d. Masturbación publica	6	3%
e. Tocamientos (roces, manoseo)	16	8%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 2



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿Qué tipo de acoso sexual callejero has experimentado? El 53% equivalente a 104 encuestadas de los dos colegios manifestaron haber experimentado piropos, frases, comentarios, las experiencias sobre acoso sexual en espacios públicos, evidencian que uno de los mayores acosos que reciben las estudiantes son los piropos, frases y comentarios, a los cuales la mujer se ve expuesta a la hora de usar los espacios públicos.

Según la recolección de información de los grupos focales, entrevistas y observación se expresan de forma grosera y vulgar que ofenden y hacen sentir mal, dañando la integridad emocional de las mujeres.

El objetivo general de la investigación se relaciona con el tipo de acoso que han experimentado, ya que plantea determinar el tipo de comunicación que generan en las víctimas mujeres evidenciando el acoso a través de la comunicación con los diferentes gestos que emplea el acosador hacia la víctima.

De 197 estudiantes el 13% que corresponde a 26 estudiantes mujeres experimentó gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca por parte de los acosadores en los espacios públicos, el 23% perteneciente a 45 estudiantes mujeres ha llegado experimentar miradas morbosas o que hacen alusión al cuerpo, los gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca, las miradas morbosas o que hacen alusión al cuerpo se registran en menor porcentaje, pero representan prácticas de acoso sexual que necesitan ser tratadas y valoradas como acciones que afectan la vida diaria de las mujeres; mientras que el 3% correspondiente a 6 encuestadas expreso haber experimentado masturbación publica; el 8% equivalente a 16 encuestadas señalaron que si han recibido o experimentado tocamientos (roces o manoseo).

Según la entrevista que se llevó a cabo con la especialista Cristina Mateos manifiesta que la violencia promueve el exhibicionismo de genitales y los tocamientos (roces o manoseo), “la violencia tiene muchas formas de comunicarse, se comunica a través del control psicológico, miradas, exposición de genitales, tocamientos, pero se comunica de diversas formas muy sutiles.

La violencia tiene unos códigos muy complejos, por ejemplo uno de las formas de control y sometimiento que te hablan las mujeres víctimas de acoso es el silencio, el silencio es una forma muy fuerte de violencia y control”

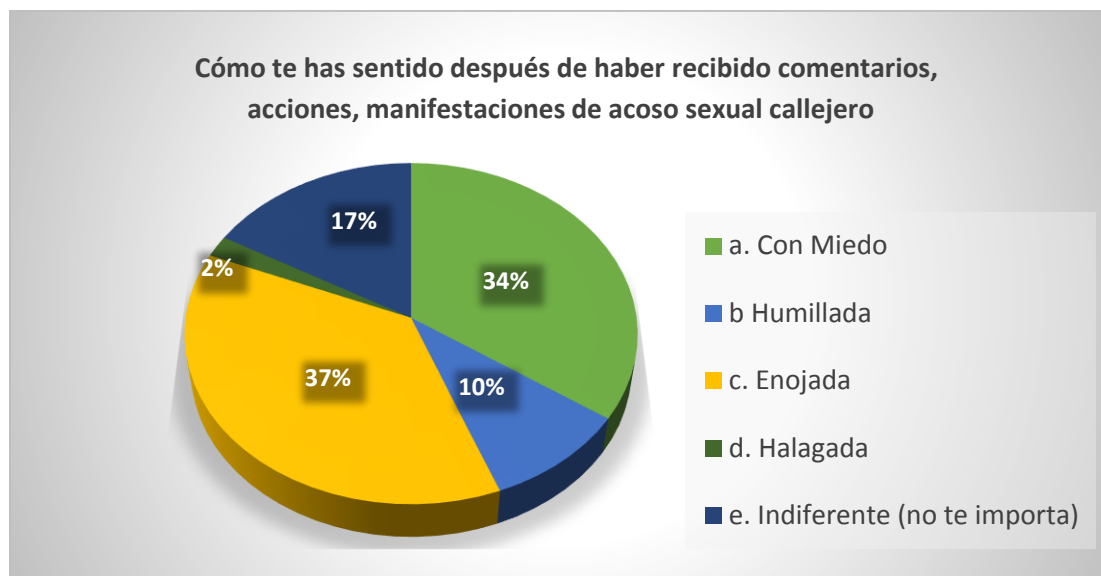
3. Alumnas del Colegio Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, después de haber recibido comentarios, acciones, manifestaciones de acoso sexual callejero que es lo que han sentido.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Con Miedo	68	34%
b Humillada	19	10%
c. Enojada	73	37%
d. Halagada	4	2%
e. Indiferente (no te importa)	33	17%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 3



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Las 197 estudiantes mujeres de los dos colegios, al contestar ¿cómo te has sentido después de haber recibido comentarios, acciones, manifestaciones de acoso sexual callejero?, el 34% que corresponde a 68 mujeres sintieron miedo; el 17% representa a 19 encuestadas señalaron sentirse humilladas; el 17% de encuestadas equivalente a 33 estudiantes mujeres expresaron sentir indiferencia o no les importa cuando reciben acoso callejero.

Esta pregunta se relaciona con el objetivo específico número dos de la investigación ya que plantea conocer las repercusiones que generan el piropo y demás formas de comunicación oral y no verbal cuando se emplean para acosar las mujeres en espacios públicos, demostrando que la humillación, el miedo, lo indiferente o la no importancia de estas prácticas, son parte del dominio del espacio público por el sexo masculino, ya que este espacio ha sido y es restringido al sexo femenino, según señala la teoría.

Solo el 2% de las estudiantes que corresponde a 4 personas enunciaron sentirse halagadas, pocas mujeres dijeron sentirse halagadas, ya que en las entrevistas y grupos focales los participantes indicaron que se sienten halagadas cuando los piropos u acciones son de forma amable y respetuosa y que además estos halagos se evidenciaban de vez en cuando; 73 mujeres que equivale a 37% dijeron haberse sentido enojadas, el sentimiento que provoca el acoso sexual en espacios públicos según las encuestadas es el enojo, puesto que al no encontrar la manera de reaccionar frente al acosador, optan por ignorar o rezagar el coraje consigo mismas.

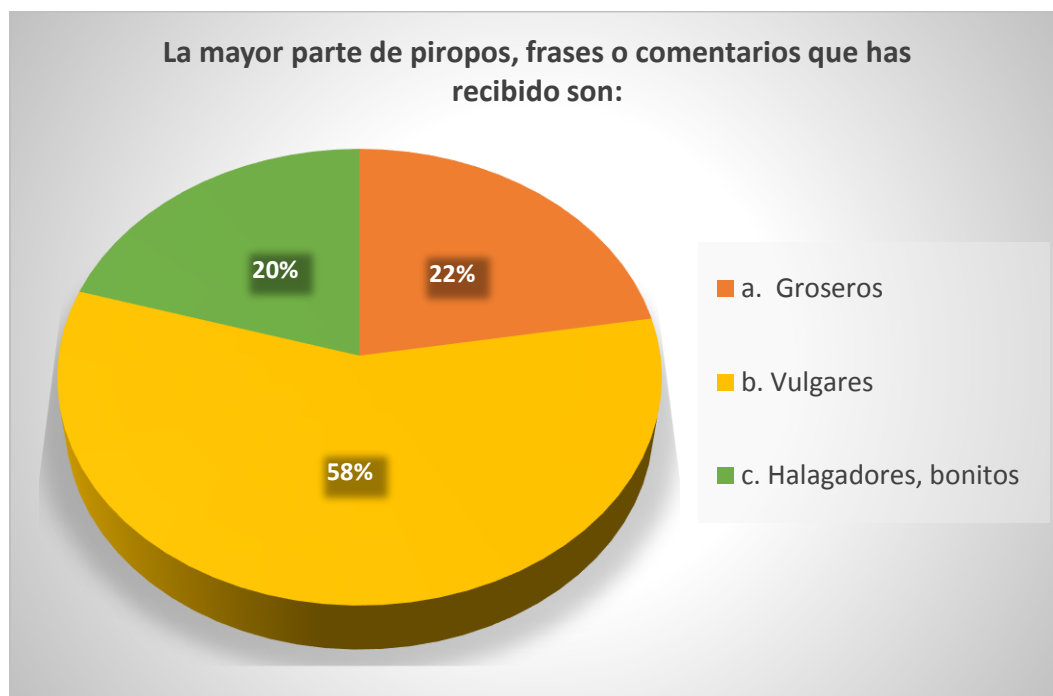
4. Las estudiantes mujeres de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, la mayor parte de piropos, frases o comentarios que has recibido son:

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Groseros	44	22%
b. Vulgares	113	58%
c. Halagadores, bonitos	40	20%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 4



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿La mayor parte de piropos, frases o comentarios que has recibido son? Los resultados expuestos del cuadro estadístico indican que 44 encuestadas que equivale al 22% la mayor parte de piropos, frases y comentarios han sido groseros, en tanto los piropos, frases y comentarios groseros implican aquellos que faltan el respeto, no con jerga común sino camuflado de elegancia pero con sentido sexual o morboso.

El 58% que corresponde a 113 estudiantes mujeres ha recibido en su mayoría piropos, frases y comentarios vulgares, lo vulgar representa aquellos piropos, frases, comentarios de lenguaje o de jerga común que hacen referencia a las caderas, senos, cintura o piernas de la mujer, de forma no educada o respetuosa; tan solo el 20% equivalente a 40 encuestadas han recibido piropos halagadores o bonitos, los piropos, frases y comentarios halagadores o bonitos son lo que no contienen lenguaje morboso o vulgar, al contrario trata de agradar o de hacer sentir bien a la persona que recibe.

Se relaciona con el objetivo específico dos ya que permite demostrar a través del estudio las diferencias entre el piropo como práctica de comunicación oral y la tergiversación del mismo, evidenciando la tergiversación del piropo y el impacto que genera en las mujeres víctimas de acoso sexual callejero.

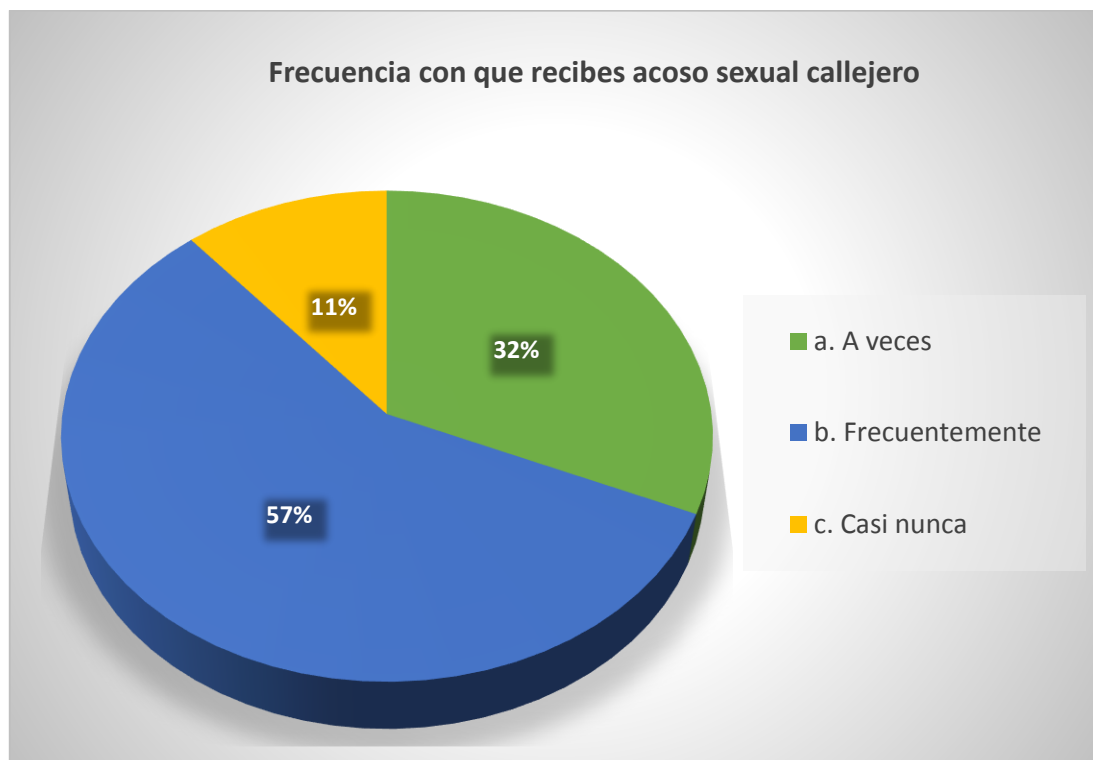
5. Las estudiantes mujeres de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, frecuencia con qué reciben acoso sexual callejero.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. A veces	62	32%
b. Frecuentemente	113	57%
c. Casi nunca	22	11%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 5



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿Con qué frecuencia recibes acoso sexual callejero? Los datos detallados en el cuadro estadístico indican que 62 encuestadas correspondiente al 32% recibe a veces acoso sexual callejero; el 57% de estudiantes mujeres equivalente a 113 personas recibe frecuentemente acoso callejero; solamente 22 mujeres que corresponde al 11% casi nunca recibe acoso sexual en espacios públicos.

La hipótesis de la investigación plantea que el acoso sexual callejero es una problemática invisibilizada y naturalizada que la sociedad no lo ha tomado como un problema que afecta la integridad física y psicológica de las mujeres, demostrando que las estudiantes mujeres frecuentemente reciben acoso y solo un pequeño porcentaje casi nunca reciben, puesto que es un problema que ha estado presente desde hace generaciones y la mayor parte de mujeres lo viven diariamente en las calles, parques, plazas o en el transporte público.

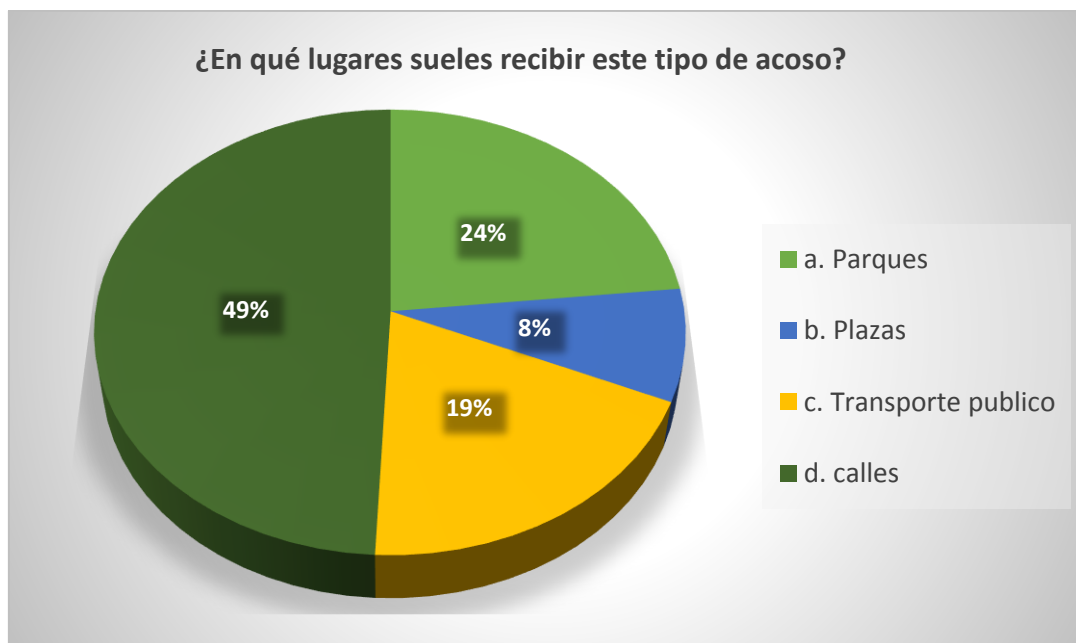
6. Las estudiantes mujeres de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, lugares que suelen recibir acoso sexual callejero.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Parques	46	24%
b. Plazas	16	8%
c. Transporte publico	38	19%
d. calles	97	49%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 6



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿En qué lugares sueles recibir este tipo de acoso? Analizando el cuadro estadístico se puede notar que el 24% de encuestadas correspondiente a 46 mujeres dice que suele recibir acoso callejero en parques; 97 estudiantes mujeres que equivale al 49% suele recibir acoso en la calles, uno de los lugares donde se constata más acoso sexual callejero es la calle, puesto que se utiliza con mayor con más frecuencia para trasladarse de un lugar a otro, el transporte público y parque también representan sitios donde se suele recibir mayor acoso sexual callejero.

De 16 personas cuyo porcentaje es del 8 % manifiesta que suele recibir acoso en plazas; el 19% que corresponde a 38 encuestadas señala que recibe más acoso en el transporte público, según la entrevista realizada a la socióloga Cristina Mateos este tipo de acoso se da en estos lugares, puesto que “todo lo que sucede en los espacios públicos son un reflejo de los espacios privados”, es decir todo lo que sucede dentro del hogar repercute al exterior, y estos a su vez son espacios políticos.

Se relaciona con el objetivo específico cuatro puesto que muestra altos porcentajes de acoso en espacios concurridos, demostrando que es necesario concientizar a la población acerca de la necesidad de fortalecer la convivencia, el respeto mutuo y las relaciones sociales en los espacios públicos de la ciudad

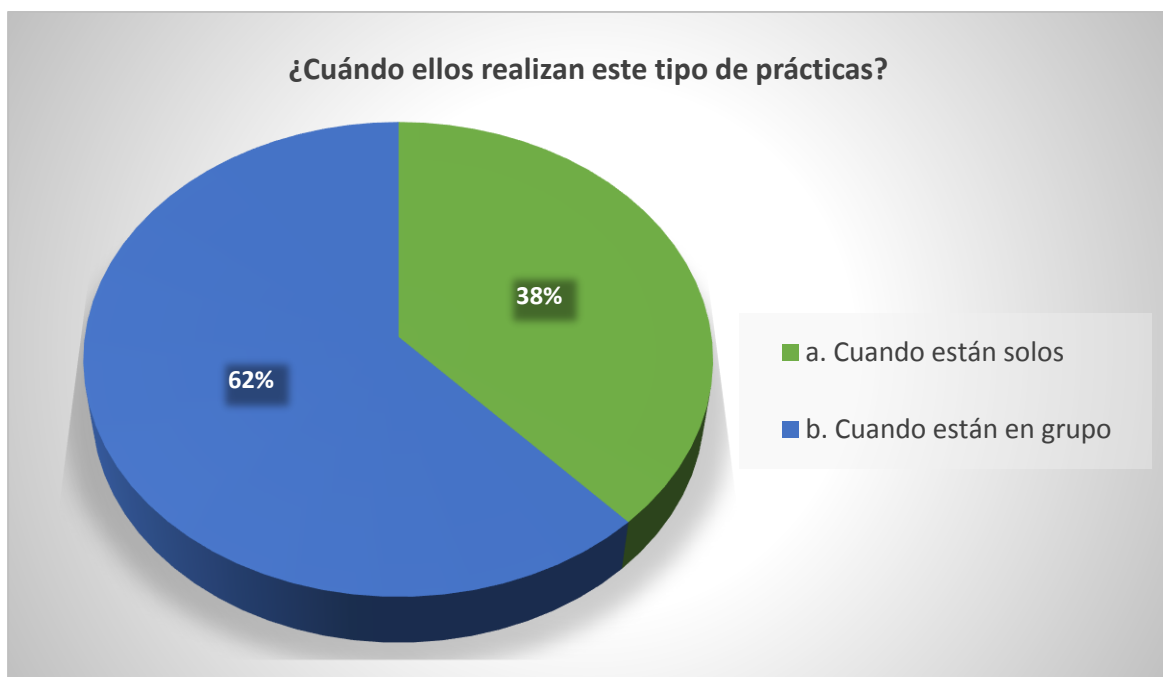
7. Las alumnas de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, realizan este tipo de prácticas al estar solas o en grupo.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Cuando están solas	75	38%
b. Cuando están en grupo	122	62%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 7



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿Cuándo ellos realizan este tipo de prácticas? Los resultados expuestos del cuadro estadístico indican que 75 estudiantes mujeres correspondiente al 38% señalan que los hombres realizan acoso sexual callejero cuando esta solos, esto quiere decir que se siente de alguna forma inseguros o menos apoyados al momento de realizar acoso sexual callejero; mientras 122 encuestadas equivalente al 68% manifiesta que los hombres realizan acoso sexual en espacios públicos cuando están en grupo.

Según el primer objetivo específico se plantea determinar el grado de relación que genera la comunicación oral y no verbal en la adopción de comportamientos relacionados al acoso sexual callejero, demostrando que los distintos comportamiento manifestados a través de gestos y expresiones se hacen más visibles cuando están acompañados o se sienten respaldados.

La entrevista llevada a cabo a la psicóloga Marcia Tabango expresa que los hombres lo hacen más en grupo porque “se sienten apoyados, respaldados, en el bus por la aglomeración de gente se sienten protegidos, porque además existe esa solidaridad entre género que se apoyan mutuamente”.

8. Las mujeres estudiantes de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, como consideran el acoso sexual callejero.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
a. Algo normal	3	1%
b. Una falta de respeto	181	92%
c. Algo natural de los hombres	13	7%
TOTAL	197	100%

Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

Gráfico 8



Autor: Silvana Yamile Sanmartín Ochoa.

Fuente: Encuesta a estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, de las edades de 15, 16 y 17 años.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

¿Cómo consideras este tipo de prácticas? De las 197 encuestadas que equivale a la muestra, el 1% correspondiente a 3 estudiantes mujeres considera el acoso sexual callejero como algo normal; mientras el 7% de las encuestadas que equivale a 13 personas dice que es algo natural de los hombres, el acoso sexual callejero se ha venido normalizando puesto que la violencia instaure ciertas normas que se dan por aceptadas.

En la entrevista realizada a la especialista en sociología Cristina Mateos: “la violencia, es una forma que nos acompaña, de querer demostrar amor, establecer relaciones y se instaurado en nuestra vida durante mucho tiempo, la violencia sigue siendo normativa, es decir la usa para que la gente acepte determinadas normas, por lo tanto la violencia sigue siendo una forma más de someter que afecta a niños a niñas”; 181 encuestadas corresponde al 92% considera una falta de respeto.

El objetivo específico cuatro propone alternativas que puedan enfrentar las prácticas de acoso callejero, demostrando que es imprescindible la necesidad de concienciar a la población sobre esta problemática para que contribuya a fortalecer espacios públicos con respeto y libres de violencia.

GRUPOS FOCALES A ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE 15, 16, 17 AÑOS DE EDAD.

1. ¿Qué es lo que conocen sobre el tema de acoso sexual callejero?

- Es cuando una persona se sobrepasa con otra persona haciendo cosas que le disgusten.
- Es cuando se va caminando por algún lugar público y alguien le dice piropos ofensivos: ¡mamita que rica que estas! también hay manoseo y punteo en el bus.
- No exactamente tiene que ser físico, sino psicológico, porque al momento que yo miro las piernas o enviarle una indirecta sexual ya estoy agrediendo psicológicamente
- Son las miradas que se hace al cuerpo de la mujer, sobre todo a los pechos y las nalgas.

Análisis

Para iniciar el análisis, se puede decir que en general, algunos de los principales hallazgos entre estos seis grupos de edades diferenciadas con un número de 10 a 12 participantes hombres y mujeres, se refieren al hecho de que el acoso sexual callejero se da en espacios públicos como en la calle, parques, transporte público, los mismos que pueden ser de hombres a mujeres y de mujeres a hombres a través de piropos, gestos con el cuerpo, miradas lascivas con contenido sexual agresivo, sobre todo al cuerpo de las mujeres, este tipo de acciones no solo les afecta físicamente, sino psicológicamente.

2. ¿Qué opiniones tienen sobre el piropo como comunicación oral?

2.1 Preguntas sobre el piropo como comunicación oral a estudiantes hombres y mujeres de 15, 16, 17

- Depende de la forma de cómo van hacer expresados, porque sin son piropos morbosos o vulgares a nadie le va a gustar.
- Los piropos anteriormente se decía en forma de verso para dedicar a las mujeres y se lo hacía respetuosamente, actualmente ha cambiado tanto que no es una manera gustosa de decirlo.
- Existen también piropos halagadores a mí sí me gustan, pero si vienen de una persona mayor no me gustan para nada.
- Depende de la persona y la intención, porque si viene de una persona conocida, nosotros ya sabemos que lo está diciendo en broma o en serio, pero si es de una persona desconocida lo podemos tomar mal.

Análisis

Para este análisis se realizó una pregunta sobre que opiniones tenían sobre el piropo, se puede identificar en los criterios de los estudiantes, que el piropo va a depender de la persona que lo diga y como lo exprese, según sus opiniones los piropos deben ser halagadores y románticos, porque si agreden u ofenden no deberían llamarse piropos.

¿Qué es lo halagador y que no es halagador?

Según el diccionario de la Real Academia Española define halagar como: “Dar a alguien muestras de afecto o rendimiento con palabras o acciones que puedan serle gratas; Adular o decir a alguien interesadamente cosas que le agraden; Agradar, deleitar” (RAE, 2009).

En cambio lo no halagador vendría hacer las acciones y palabras que no agraden u ofenden a quien se está dirigiendo.

Este mismo Diccionario de la Real Academia Española incluyó en una de las versiones a finales de 2014 el cambió del significado del piropo desde 1843, según esta definición en

la actualidad el piropo significa “lisonja o requiebro”, pero en su primera edición de 1780 tenía otro significado “el relumbrón de voces demasiadamente cultas” (Carvajal, 2014). De tal forma el significado de piropo habría cambiado, por el cambio de época del cual hemos sido testigos, en años pasados, el piropo era aceptado y bien visto, viniera de quien viniera, actualmente según los testimonios recopilados no es bien recibido, si viene de una persona mayor o peor aún si se expresa de forma grosera o vulgar, anteriormente la mayor parte de la gente se conocía y existía un grado más de confianza o se relacionaban de mejor manera.

El cambio de expresión de los piropos se debe al cambio de urbanización, con el pasar de los años se habrían generado procesos de arrinconamiento y poco a poco se han ido cambiando los escenarios en donde se vivían los piropos, puesto que el espacio urbanístico y arquitectónico representan al espíritu de una época (Belnalcázar, 2012). De tal manera el cambio sobre la expresión del piropo se dio cuando las ciudades comenzaron a crecer, puesto que hemos desarrollado otra forma de relacionarnos, rezagos que hasta hoy se escucha, puesto que las participantes manifiestan que si el piropo viene de una persona conocida será recibido con agrado, pero si viene de un desconocido va hacer desagradable para la persona que lo escucha.

Los hombres mayores al momento de decir piropos, frases y comentarios hacia mujeres de menor edad, según los propios participantes demuestran que se sentirían ofendidas y les causaría rechazo, ya que las forma de relacionarse en países como el nuestro se debe a las costumbres que tenemos, si una persona tiene mayor edad, denota “cierto grado de respeto” por tratarse de una persona adulta.

2.2 Observación de fotografías para conocer los piropos según la vestimenta de la mujer.

Se puso en práctica la observación de fotografías de cuatro modelos mujeres con

vestimenta diferente, la primera fotografía muestra a una joven con un pantalón y una blusa no ajustada, la segunda imagen se trata de una modelo con blusa escotada y pantalón ceñido al cuerpo que deja notar su figura femenina, la tercera fotografía se trata de chica con minifalda y blusa no escotada, la cuarta imagen muestra a una joven con vestido y botas que no se ajustan al cuerpo.

Este tipo de fotografías fueron presentadas a los 6 grupos focales de 10 a 12 estudiantes entre hombres y mujeres de 15,16, 17 años de edad de los dos colegios, el cual consistía en escribir los piropos o frases juzgando la forma de vestir de las modelos, suponiendo que ellas salieran a espacios públicos con la ropa que muestran las fotografías, esto debido a corroborar la información que se había investigado en la teoría, con el fin de analizar el grado de agresividad y el lenguaje sexual que se utiliza para referirse el cuerpo de la mujer en espacios públicos, de forma general los participantes dijeron piropos y frases groseras y vulgares a las modelos que utilizaban ropa más escotada, muy alta y ajustada al cuerpo.

Foto 1



Estudiantes mujeres 15 años:

-Brillas como el sol.

-¡Hermosa!

Estudiante hombres 15 años:

- Bella princesa

-¡Preciosura!

Estudiantes mujeres 16 años:

-Una miradita para este ciego

-Huyyy mi amor que lindura.

Estudiantes hombres 16 años:

-Que tenga un lindo día princesa.

Mmmm guapa

Estudiantes mujeres 17 años:

-Quisiera ser caramelo para derretirme en tu boquita.

-Si la belleza fuera pecado tú no tendrías perdón.

Estudiantes hombres 17 años:

-Dichosos mis ojos que la ven.

-Una miradita para este ciego.

Foto 2



Estudiantes mujeres 15 años:

-Mamacita rica

-Que rica que estas mmmm mi amor.

Estudiantes hombres 15:

-Huuuyy mamasita que monumento

-¡Que curvas!

Estudiantes mujeres 16 años:

-Como quisiera ser helado para que me lo chupes todito.

-Usted con esas curvas y yo sin frenos.

Estudiante hombres 16 años:

-Si dormir es rico imagínate conmigo.

-¡Que ganas de comerte todita!

Estudiantes mujeres 17 años:

-¡Como quisiera chuparte!

-Tanta carne y yo con hambre

Estudiantes hombres 17 años:

-Yo si te doy mamasita.

-¿Mamacita, todo eso es tuyo?

Foto 3



Estudiantes mujeres 15 años:

-Estas para comerte.

- Estas como me receto el medico

Estudiantes hombres 15 años:

-Ven y te la chupo.

-Tanta carne y yo sin dientes.

Estudiantes mujeres 16 años:

-¡Que lindas piernas!

- Mamacita lindas piernas.

Estudiantes hombres 16 años:

-Mamacita soy un mosquito donde quieres que te pique.

- ¡Que rica mami!

Estudiantes mujeres 17 años:

-Huuuyy mientras más te veo mejor estas.

-En esas curvas yo me pierdo

Estudiante hombre 17 años:

-Si fueras mango te la chupo.

-Quisiera besarte todo ese cuerpito.

Foto 4

Estudiantes mujeres 15 años:



- **Reinita hermosa**
- Psss pss guapa**
Estudiante hombres 15 años:
- Niña regálame una miradita**
- ¿Te acompaño mi amor?**
Estudiantes mujeres 16 años:
- ¿Cómo le va mi vida?**
- Gorda**
Estudiantes hombres 16 años:
- ¡Niña dígame su nombre! Psss**
- Linda bebe.**
Estudiantes mujeres 17 años:
- **Niña porque tan solita**
- Mi amorcito.**
Estudiante hombre 17 años:
- Ñoña fea**
- Princesa**

La fotografía 1 en su mayoría recibió piropos halagadores o agradables, que repetían reiteradamente " princesa, linda, hermosa, guapa, muñeca, quisiera ser caramelo para derretirme en tu boquita" que de alguna manera sería tolerado según manifiestan los participantes: "Dependiendo de cómo se los expresa, sin son bonitos o son morbosos, hay unos que dicen "así como caminas te mueves en la cama" y los que halagan "los bombones en el sol se derriten"

La especialista en psicología manifiesta que si les dicen a las mujeres algo halagador o les faltan el respeto, ellas lo toleran, puesto que piensan que aún son atractivas para alguien, además explica que al consentirse este tipo de piropos o frases se debe al valor que el ser humano necesita para sentirse valorado y por tanto la misma sociedad permite que se vea parte de la normalidad (Tabango, 2015).

De tal manera sean o no sean halagadores los piropos o frases, se trata de una invasión

del espacio personal, que fortalece que ese tipo piropos o frases sean parte de esa naturalidad en sociedades como la nuestra.

Fotografía 2; los piropos, frases y comentarios que recibió fueron groseros y vulgares, haciendo alusión a la manera de vestir de la modelo y a sus atributos físicos, como su nalgas o pechos, repitiendo una y otras vez la palabra “mamasita rica, ganas de comerte todita, quisiera chuparte, que curvas”. Según las declaraciones de los estudiantes entrevistados la forma de vestir de la mujer si tiene que ver para que sea acosada la mujer: “sí, porque algunas muestran lo que no deben mostrar, usan blusas o ropa descotada, las faldas cortas, la ropa apegada también atrae”. La especialista en psicología dice: “La forma de vestir no tiene nada que ver, cada quien se viste para sentirse a gusto consigo mismo” (Tabango, 2015) por lo tanto la forma de vestir de la mujer no tendría que ser un causal para recibir acoso en espacios públicos.

Fotografía 3: al igual que la foto 2 recibió piropos y frases groseras que hacen alusión a sus piernas y atributos físicos, se menciona reiteradamente por los participantes “rica mami, lindas piernas, ven y te la chupo, mamacita”, las palabras que se repiten reiteradamente “mamacita rica” tienen una connotación de tipo sexual, puesto que al decirle a una mujer en espacios públicos cuando esta vestida con ropa corta o escotada, forma parte de un acoso o hostigamiento. Según lo investigado se educa a las mujeres como deben comportarse y vestir en espacios públicos, para que puedan evitar agresiones sexuales por parte del sexo masculino, se les enseña a no expresar abiertamente opiniones que las muestren como un objeto sexual frente a los demás y en caso de recibir agresiones sexuales se culpa a la víctima (Vallejo & Rivalora, 2013). De tal manera que la concepción sobre cómo debe ir vestida la mujer en los espacios públicos para no ser acosada, recae en la educación que se brinda a los más pequeños y

estos a su vez van reproduciendo de alguna manera esas normas agresivas y manteniendo violencia de género en espacios privados y públicos.

Fotografía 4; los piropos, frases y comentarios en su mayoría son halagadores, aunque existe expresiones respecto a su cuerpo como “gorda, pss psss” que juzgan su aspecto físico, convertido en hostigamiento, además de recibir alguno que otra frase y piropos halagadores. Espinoza (2014) manifiesta que el piropo está dentro de un contexto patriarcal que genera relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, ratificando un puesto inferior a las mujeres, cuyos cuerpos son evaluables, tasables y penetrables. Por lo tanto parte de estas prácticas de comunicación oral se puede concluir según la teoría que proviene desde un contexto patriarcal, donde los hombres han ido reproduciendo y las mujeres han venido tolerando este tipo prácticas orales. Además la forma ligera con la que se dicen este tipo de frases, comentarios y piropos ayuda para que no sean del todo visibilizados. Gaytán (citado por Vallejo & Rivalora, 2013) sobre la invisibilización del acoso callejero menciona: “la rapidez con que muchas de estas prácticas suelen realizarse y la forma velada en que se presentan hacen que sean aparentemente intangibles” (p.1).

3. ¿Qué tipo de acoso han visto o han experimentado en espacios públicos?

- Yo he visto en el bus cuando son horas pico, son personas mayores de edad que saben puntear aprovechando que hay chicas y el bus está lleno.
- Mordiéndose los labios de forma provocativa o mandando besos volados;
- Uno de estos gestos es la mirada, miran de tal forma que la desnudan con la mirada, saben realizar gestos con las manos que dibujan la figura de la mujer como diciendo que buena que estas.
- Que te silben y llamen como si estuvieran llamando a un perro.

- Los albañiles suelen decirles a mis amigas cuando pasamos por lugares de construcción, “mamacita que rica que estas” “cuñado saludamela a la ñaña que esta buena.
- Sacan la lengua y la giran alrededor de los labios de forma morbosa.
- En el bus cuando les quieren robar, no solo les roban si también las manosean.

3.1 Experiencias de estudiantes mujeres de 15, 16, 17 de los Colegios Adolfo Valarezo Y Beatriz Cueva de Ayora.

➤ Testimonio de una estudiante mujer de 15 años de edad del Colegio Adolfo Valarezo.

Yo no tengo la culpa de cómo me queda la ropa, una vez iba por la iglesia de mi barrio y había un grupo de chicos, entonces me cruce la calle sin darme cuenta que estaba otro grupo de personas mayores sentadas en la vereda de una casa, a lo que voy pasando me dio una nalgada, yo no sabía que hacer me comencé a poner roja de la vergüenza, quería llorar y gritar al mismo tiempo, el señor de la tienda salió y los regañó pero luego me dijo, “para que andas así, echa la buenota (termino vulgar que se utiliza para referirse a alguien que esta con ropa muy corta o ajustada al cuerpo) .

➤ Testimonio de una estudiante mujer de 16 años de edad del Colegio Adolfo Valarezo.

Algo que paso hace muy poco, iba del trabajo de mi mamá a la casa, la calle por donde venía estaba sola y me quede esperando en la puerta hasta que mi mamá me abriera, de repente el chico paso por a lado mío y me paso tocando la nalga, yo me quede en shock, no sabía si gritar, porque no había nadie en ese momento para pedirle ayuda, cuando al rato mi mami me abrió la puerta, y aún está nerviosa y con miedo.

➤ **Testimonio de una estudiante mujer de 17 años de edad del Colegio Beatriz Cueva de Ayora.**

Era un 14 de febrero en la noche y cogí un taxi para irme a la casa, entonces comenzamos hablar con el taxista sobre cómo me había ido día, de repente comenzó a decirme que cuando yo quiera tener relaciones sexuales tengo que buscarme un hombre mayor para que me cuide y no me deje embarazada, porque ellos conocen que deben terminar afuera, yo me comencé a sentirme incómoda y mire hacia la ventana, no le paraba asunto, cuando regrese a mirar delante, él estaba masturbándose, yo veía como hacia el movimiento con la mano y se agarraba su miembro, me asuste y le dije que pare el taxi porque me iba a bajar, el señor se alzó la bragueta y yo seguía insistiendo que me deje, al momento que paro el taxi yo me lance enseguida, porque si no paraba el taxi yo me botaba del carro y no me importaba, luego me baje muy asustada queriendo pedir ayuda”.

Análisis de la pregunta 3

Lo que más han visto y han experimentado son: manoseos, punteos en el bus, roces, piropos y frases con contenido sexual, gestos con las manos, lengua, miradas lascivas al cuerpo de las mujeres, se puede decir de forma general que las mujeres son las que más narran experiencias de acoso sexual en espacios públicos, ya sea en las calles, bus o en los taxis, además según manifiestan los pitazos de los carros mientras sacan la cabeza por las ventanas para silbar o decir palabras groseras, también consideran actitudes agresivas. Los robos en los buses también se asocian con el acoso, puesto que los manoseos son comunes en este tipo de prácticas.

Según la teoría de Bourdieu la mujer ha sido desde tiempos inmemorables excluida del espacio público, afirmando:

La exclusión fuera de la plaza pública que, cuando se afirma explícitamente, condena a las mujeres a espacios separados y a una censura despiadada de cualquier expresión pública, verbal y aun corporal, haciendo de la incursión en un espacio masculino (como los alrededores de un lugar de asamblea) una prueba terrible, puede realizarse en otra parte casi con igual eficacia: de esta suerte, adquiere los visos de una agorafobia socialmente impuesta que puede sobrevivir largo tiempo a la abolición de las prohibiciones más visibles y que lleva a las mujeres a excluirse a sí mismas del ágora (citado por Vallejo & Rivalora, 2013, p.7).

De tal manera si la mujer está excluida de la plaza pública o espacio público, estará expuesta a cualquier tipo de expresión oral y no verbal, por lo cual propicia a que la mujer se excluya o no se sienta parte de este espacio.

Esta comunicación no verbal también se relaciona íntimamente con la conducta no verbal, al respecto Hall menciona que la comunicación no verbal existen aspectos “no conscientes”, por lo tanto jamás debemos creer que somos totalmente conscientes de los tratamos de comunicar al otro, actualmente según este teórico se producen distorsiones graves cuando tratamos de relacionarnos unos con otros (citado por Martínez, 2012). Por lo tanto las distintas formas de comunicarse o relacionarse están ligadas a diferentes interpretaciones que cada individuo puede expresar y se debe estar consiente o tratar de comprender lo que comunicamos a los demás.

La entrevista que se mantuvo con la socióloga explica que el origen de este tipo de prácticas es parte de la violencia, puesto que tiene muchas formas de comunicarse a través del control psicológico, miradas, exposición de genitales, boca con diversas formas muy sutiles de comunicación Además tiene códigos demasiados difíciles de comprender, una de estas formas de control y sometimiento que suelen testificar o experimentar las mujeres que sufren acoso, es el silencio, puesto que es una manera “muy fuerte de violencia y control” (Mateos, 2015)

4. ¿Qué sensaciones y reacciones ha tenido frente a acoso callejero?

- Cuando veo eso me siento indignado y furioso.
- Te sientes mal e incómoda, te da coraje y los insultas.
- Impotencia, miedo, asco, porque en la mayoría de las veces te pasa sola.
- Es indignante y humillante.
- Me siento molesta cuando hacen esos sonidos con la boca, me regreso enojada y les dije acaso soy un perro para que hagas eso.

Análisis de la pregunta 4

En cuanto a las reacciones y sensaciones que tienen cuando ven o experimentan acoso sexual callejero, es miedo, incomodidad, humillación, vergüenza, indignación, asco, además algunas chicas reaccionan y se defienden frente a estas situaciones, muy pocas veces las mujeres se sienten halagadas, es decir cuando se trata de piropos o frases que las hacen sentir bien.

Gaytán hace referencia al efecto negativo que tiene el acoso en espacios públicos cuando, manifiesta que las mujeres que son víctimas de acoso sexual crean cambios “a nivel psicológico y conductual” por ejemplo evitan transitar por ciertas zonas o cambiar su forma de vestir, con la esperanza de disminuir el acoso callejero (citado por Guillén, 2014).

La mayor parte de mujeres participantes han ignorado este tipo de prácticas, lo que ha provocado miedo hacer agredidas de peor manera de los acosadores o peor aún han optado por no vestir con descotes o ropa alta y evadir ciertos lugares con el objetivo de no escuchar o recibir este tipo de acoso.

Para Peisert (citado por Lisowska, 2010) explica sobre la agresión verbal:

La agresión es un instinto innato, pero las maneras de expresarla se aprenden viviendo en la sociedad. Así, cada acto agresivo debe ser estudiado en el contexto social y cultural-normativo en que actúa el agresor, su víctima y/o el oyente observador. Cabe destacar que hay dos tipos de agresión: (a) la agresión originada por el enfado¹⁵ y (b) la agresión

instrumental que se produce con la intención de conseguir algo a cambio. (p.6).

Las agresiones tanto verbales como no verbales, provienen y se aprenden dentro de la sociedad, el tipo de agresión que pretende conseguir algo a cambio, es justamente lo que declaran los participantes.

5. Dinámica sobre el cambio de roles e identificación de la comunicación no verbal

En esta parte los participantes recrearon las acciones que realizan las personas que practican acoso sexual en el transporte público, calles, parques, las cuales para ellos son muy frecuentes ver o experimentar, para ello se realizaron grupos de dos a cuatro estudiantes, las cuales cambiaron roles, es decir los hombres hicieron el papel de mujeres y ellas hicieron el papel de ellos, con el fin de demostrar lo que sienten las mujeres cuando son acosadas y se pueda evidenciar el hostigamiento que sufren en espacios públicos.

Lo más frecuente que se pudo evidenciar son los roces, manoseos y punteos en el bus, mientras que silbidos, frases como “mamacita rica” “que buenas curvas” “te acompaño”, seguimientos a pie, las miradas lascivas al cuerpo de las chicas, son las que se pudieron escuchar de forma reiterada en cada una de las dramatizaciones, lo que demuestra que este tipo de acoso es parte de la cotidianidad y naturalidad que sucede en los espacios públicos.

Actuación de escenas por estudiantes de 15 años

- Realizan silbidos cuando ella está en la calle:
Psss psss niña la acompaño, porque tan solita, mientras ella camina por la calle.
- Un grupo de hombres se acercan demasiado mientras le susurran al oído “mamacita que rica”.

-Las chicas recrean una escena en el bus, mientras el chulio cobra el pasaje se va rosando y manoseando y los demás usuarios que se colocan detrás de otras chicas, para realizar la misma práctica.

Actuación de escenas por estudiantes de 16 años

-Un usuario del bus la queda mirando sus nalgas mientras ella está parada en el bus.

-Mientras ella camina por la calle, un señor se le acerca y le dice “señorita que linda que esta hoy” ella se sonroja y sigue.

- El chofer la piropea y la mira de forma rápida de pies a cabeza, cuando está subiendo al bus, y le dice “Mamacita que cuerpasso”.

Actuación de escenas por estudiantes de 17 años.

- Los silbidos y los piropos que le dicen a la chica cuando pasa por el parque “mi amor tanta carne y yo sin dientes”, ella lo regresa a mirar repudiando la actitud.

- Silbidos: “Psss psss, niña páreme bola”, les dicen cuando ellas caminan por la calle como si estuvieran llamando a un perro.

- Miradas: La acosada mientras pasa, el acosador la persigue con la mirada mientras se coge con las manos sus labios y pasa la lengua alrededor.

CONCLUSIONES DE LOS GRUPOS FOCALES DEL COLEGIO ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA DE LAS EDADES DE 15, 16, 17

- Los participantes del primero de bachillerato del colegio Adolfo Valarezo de una edad promedio de 15 años, uno de los temas más sobresalientes, fue la acusación de los chicas que contaban su experiencias y expresaban que “todos” realizan este tipo de prácticas, a lo que sus compañeros contestaron que no todos lo hacen, puesto que es molesto e indignante que los hombres acosen a las mujeres en espacios públicos. Además las participantes manifestaban que cuando están en grupo los hombres es mucho más el acoso que reciben y tienen mayor libertad de expresarlo porque sienten que sus compañeros o amigos los admiran.
- El grupo de estudiantes del primero de bachillerato del Colegio Beatriz Cueva de Ayora con un promedio de edad de 15 años, conocían de forma general lo que era el acoso sexual callejero, uno de los temas que más llamo la atención, fue las reacciones que tenían cuando les sucedían este tipo de experiencias, las mujeres sobretodo manifestaban que si ellas reaccionaran y enfrentaran al agresor la situación cambiaria, porque según los participantes, uno de los problemas más comunes, es justamente la falta de valor de enfrentar al acosador y decirles que no necesitan sus opiniones, cuando se trata de gestos o piropos groseros. Además manifestaron que los piropos son halagadores y las hacen sentir bien, no se tendría porque llamar acoso, y se debería tolerar, siempre y cuando vengan de alguien que les llame la atención o les parezca simpático.
- El grupo del segundo de bachillerato del Colegio Adolfo Valarezo cuya edad fluctúa los 16 años, el tópico que hizo más énfasis durante la reunión, fue el tema de los piropos, la mayoría de los participantes comentaban que el piropo en tiempo pasados era una manera de enamorar a las mujeres, expresaban que sus abuelos les habían contado que ellos enamoraron a sus abuelas a través de los piropos con versos

románticos y elegantes que eran normales en esos tiempo, pero al mismo tiempo comentaban que en la actualidad esos piropos son groseros y dañan la integridad de las mujeres, son insultantes y no son nada elegantes o románticos.

- El grupo del segundo de bachillerato del Colegio Beatriz Cueva de Ayora cuya edad fluctúa los 16 años, el tema que llamo más la atención fue la forma de mirar el cuerpo de las mujeres, cuando hacen uso de los espacios públicos, las chicas comentaban que las miradas son muy exageradas que la mayoría de hombres no lograban tocarlas pero lo hacían con la mirada, lo cual para ellas es una manera de ofenderlas aunque no exista contacto físico, como roces o manoseo, en cambio los hombres manifestaban que las miradas son muy fuertes que a veces son capaces de desvestirlas con solo mirarlas.
- Los participantes del tercero de bachillerato del Colegio Adolfo Valarezo de una edad promedio de 17 años, se enfocaron en conversar sobre los gestos que realizan los acosadores, como morderse el labio, dibujar con las manos el cuerpo de la mujer, resaltando las caderas, cintura y senos, además algunos participantes hombres manifestaron que si habían recibido acoso sexual callejero por estudiantes mujeres de otros colegios, esto les había sucedido cuando una o dos veces, pero aclaraban que el acoso sexual en espacios públicos lo viven diariamente las mujeres y que ellos lo ven todos los días cuando están en la calle o el transporte público.
- El grupo de estudiantes del tercero de bachillerato del Colegio Beatriz Cueva de Ayora con un promedio de edad de 17 años, hicieron énfasis en la manera de vestir de las mujeres, las chicas concordaban que ellas pueden vestir como deseen, puede ser con ropa corta, con ropa floja o estar muy cubiertas que nadie puede o tiene la facultad de juzgarles o de recibir más o menos acoso, en cambio para ellos, la ropa corta o descubierta que usan las mujeres es una forma de provocarlos y por ende que

reciban palabras o gestos más agresivos, puesto que ya conocen a los hombres que les gusta realizar estas prácticas cuando las mujeres muestran sus piernas, senos o utilizan ropa muy apretada.

- Finalmente, podemos decir, que una vez analizadas las percepciones y comentarios de los participantes de los grupos focales del Colegio Adolfo Valarezo Y Beatriz Cueva de Ayora, se ha llegado a la conclusión que muchos coincidieron que quienes reciben acoso sexual callejero con más frecuencia y lo experimentan diariamente son las mujeres, sobre todo cuando visten ropa escotada, corta o ajustada al cuerpo y dejan mostrar ciertas partes del cuerpo como: las piernas, cintura, senos, caderas, puesto que según la manera de vestir reciben mayor o menor acoso; además coinciden que el piropo se ha convertido en grosero y vulgar que afecta y ofende a las mujeres, los gestos con las manos, boca, lengua, son otras de las formas de realizar acoso sexual callejero en espacios públicos, los roces, punteos y manoseos; todos los días los y las estudiantes ven o experimentan este tipo de prácticas en el transporte público de la ciudad sobre todo en “horas pico”, esto se debe a que el acoso sexual callejero es un tema que esta invisibilizado y naturalizado, por esto no se le presta la debida atención o pasa desapercibido por la mayoría de la gente.

OBSERVACIÓN

Observación en el transporte público.

1. DESCRIPCIÓN	2. ANÁLISIS
<p>La observación fue a través de una cámara oculta que se ubicó en un ojal de la blusa, pero por el aglutinamiento de gente no se pudo grabar, para eso se contó con una libreta de apuntes que en cuanto se llegó al final de la ruta, se registró y se preguntó a la chica que es lo que le había sucedido en el trayecto desde la partida hasta su casa; se demoró aproximadamente una hora para llegar a su casa, esto se realizó en compañía de una estudiante de 15 años de edad del Colegio Adolfo Valarezo, salimos desde la parada del “parque bolívar” ubicada en la avenida Universitaria hacia “Ciudad Victoria” ubicada al noroccidente de la ciudad de Loja, En la avenida Orillas del Zamora justamente en la llamada ”parada del mayorista” la gente se comenzó aglomerar aún más, cerca de la conocida “parada del terminar” ubicada en la calle 8 de Diciembre, fue peor todavía, ya que nos encontrábamos en “horas pico” y había mucha gente, en ese momento la estudiante le habían tocado las piernas, según lo que narra, ella pensó que le querían robar y agarro su mochila y la puso delante, de repente los roces y punteos fueron muy claros, optando ir hacia un rincón del bus para evitar, pero habían estudiantes mujeres del mismo colegio a las que se arrimaban demasiado en sus caderas, una de ellas le dijo que se haga más atrás porque la está molestando, a lo que el señor respondió que si no le gusta ir cuando el bus este lleno, bien puede esperar para que pase un poco desocupado, la estudiante del Adolfo narraba que por eso ella prefiere esperar que el bus no vaya con tanta gente, porque luego dicen la excusa de que está demasiado lleno, aprovechando la situación.</p>	<p>En la observación que se realizó en el transporte público, por el periodo de una hora desde las parada de “parque bolivar” hasta “ciudad Victoria” se pudo confirmar que las versiones y experiencias que se recopilo a través de los grupos focales, entrevistas y encuestas a las estudiantes mujeres de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, demostraron que los roces, manoseos y punteos forman parte la aglomeración de gente que existe en las “horas pico” en los buses de la ciudad, los cuales las estudiantes mujeres lo viven a diario.</p> <p>Además los roces, manoseos y punteos son parte la cotidianidad que las mujeres lo viven día a día, ratificando que la naturalización del acoso sexual callejero se encuentra presente en sociedades como la nuestra.</p>

Observación en espacios públicos.

1. DESCRIPCIÓN	2. ANÁLISIS
<p>La observación fue a través de una cámara oculta que se la ubico en un ojal de una chompa en la parte de atrás a una estudiante de 16 años de edad del Colegio Beatriz Cueva de Ayora, además se fue registrando cada una de las acciones en un libreta de apuntes, puesto que por el ruido no se avanzaba a escuchar todo lo que decían de forma clara y había mucho movimiento de la cámara, salimos desde el parque bolívar de la ciudad de Loja, por la calle sucre, en ese trayecto llegando a la calle Lourdes cerca de una tienda, un señor de baja estatura comenzó a mirarla de forma morbosa, él se tocaba su labio con la mano, mirando las caderas y cintura, mientras ella pasaba. Al llegar a la avenida Universitaria dos jóvenes comenzaron hacer ruidos con la boca “psss psss, hey niña”, Por la calle José María Peña en un local de venta de películas pirata un joven y un señor de edad mayor, le decían: ¡Guapa! ¡Un biscochito como usted quiero comerme! Además le enviaban besos volados; en la misma calle justamente en “Placa Centro”, un grupo de trabajadores que estaban descargando un camión comenzaron a decirle: ¡Páreme bola! ¿Por qué tan solita, la acompaño? ¡Mamasita que rica!, además de silbidos y miradas lascivas.</p>	<p>Durante esas tres horas de seguimientos por las calles colón, 10 de agosto, sucre, bolívar, Lourdes, José María Peña, Ave. Universitaria, se pudo evidenciar, que los testimonios y experiencias de las estudiantes de los Colegios Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valerezo, se contrastan con lo que se observó en las calles, los silbidos, frases y piropos, miradas lascivas se realizaron de forma reiterada en un periodo de 3 horas, los cuales hacían alusión al cuerpo de la estudiante, la invasión del espacio personal fue otra de las demostraciones que se ratifica con los testimonios recopilados de los grupos focales y entrevistas, además este tipo de acciones pasaron desapercibidas por la demás gente, evidenciando que el acoso sexual en los espacios públicos son prácticas naturalizadas e invisibilizadas.</p>

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A ESTUDIANTES HOMBRES DE 15,16, 17 AÑOS DE EDAD DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE AYORA.

Según las técnicas de recolección de datos programadas dentro de la metodología, las entrevistas se realizaron a estudiantes tanto hombres como mujeres con diferentes preguntas para ambos sexos, las cuales se analizó por separado para organizar de mejor manera el análisis de recolección de información, además se escogió a una persona de primero, segundo y tercero de bachillerato, es decir de 15, 16, y 17 años de edad del colegio Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora.

1. ¿Qué entiendes por acoso sexual callejero?

- Cuando una persona es maltratada de forma física o verbal.
- Se refiere a lo que ocurre en la calle, la forma en que nos miran o nos tratan, sobre todo a las mujeres.
- En el bus, comienzan a ponerse detrás de las chicas y cuando van pasando comienzan a rosarse.
- Son características sexuales que se muestran a la gente y daña a la persona que recibe.
- Cuando una persona comienza a decirle cosas ofensivas a una persona que está pasando por la calle.
- Las acosan con la mirada, le hablan cosas ofensivas y les dicen piropos vulgares”

Análisis

Los entrevistados de género masculino coincidieron que el acoso sexual callejero son las palabras, gestos groseros y vulgares que afectan a la integridad física y emocional de hombres y mujeres, pero que las mujeres son las que con mayor frecuencia reciben o experimentan el acoso callejero, cuando caminan por la calle o están en el transporte público, de forma general los entrevistados conocen sobre el acoso callejero, pero no

comprenden del todo lo que abarca espacios públicos, lo confunden con acoso sexual laboral o escolar, puesto que este termino de acoso sexual callejero no es frecuente para ellos, además se logra relacionar con las repuestas de la primera pregunta de los grupos focales, las cuales tienen idénticas contestaciones al respecto.

2. ¿Has escuchado hablar sobre acoso sexual callejero, en redes sociales, radio, televisión, periódico o en alguna conferencia, seminario, en clase, con los amigos o con la familia?

- No, no escuchado, no he visto en las redes sociales, no para nada.
- No escuchado hablar específicamente sobre acoso sexual callejero, pero en el colegio si saben hablar sobre acoso sexual en general.
- No escuchado ni he visto en esos medios de comunicación.
- Mis amigas, mis compañeras siempre me cuentan de la forma como los chicos o las personas mayores las ven.
- Mi tía siempre me cuenta que en la calle le silban.

Análisis

Los estudiantes dicen no haber escuchado sobre acoso sexual callejero en las redes sociales, televisión, radio, periódicos, conferencias, seminarios; si han escuchado hablar en sus colegios sobre el tema de acoso sexual, pero de forma general, no específicamente de acoso sexual callejero, solamente han escuchado cuando sus hermanas, tías, primas, novia o su mamá les narran lo que les dicen o hacen cuando ellas utilizan los espacios públicos, esto también se suma a los demás testimonios de los participantes en los grupos focales sobre si han visto o han experimentado acoso sexual en espacios públicos, la cual se puede evidenciar que las experiencias también son parecidas a los declaraciones de los entrevistados.

3. ¿Has escuchado alguna experiencia que les haya sucedido a tus amigas, hermanas, tías, o algún familiar, cuando ellas han ido por la calle, en el parque o en transporte público?

- Mis hermanas en las taxis, los hombres las acosan, les preguntan el nombre o se interesan por ellas, en el bus se aprovechan, las puntean o las rosan.

- Una vez estábamos en la calle con mi mamá y un señor se le acercó y le toco la nalga.

- A una amiga en la calle, un señor había estado tras de ella y había estado cogiéndose el pene y mirándola, yo estaba yendo a verla, estaba súper nerviosa a punto de llorar y solo se quería irse de ahí.

- Mis compañeras y mis amigas, me han contado que cuando se suben al bus, hay que chicos de otros colegios que les hacen a manera de ruedo y cuando el bus va muy lleno comienzan a empujarse a puntearse o le van cogiendo las nalgas, se sienten ofendidas y avergonzadas.

Análisis

Los chicos narraron las historias que les habían sucedido a sus amigas, compañeras, tías, primas, novia y a su mamá, las cuales principalmente fueron roces y manoseo en los buses cuando son “horas pico”; los silbidos, pitazos y los piropos en su mayoría son vulgares y groseros que hacen alusión a los senos, cintura, piernas, caderas de sus familiares y conocidas, quienes les contaron que se sentían ofendidas, avergonzadas, humilladas, con miedo y muchas de las veces no saben qué hacer o decir para no recibir acoso en espacios públicos, rara vez habían recibido palabras o gestos que las halagaban o las hacían sentir bien.

Estas respuestas también se relacionan con las preguntas de los grupos focales sobre qué sensaciones y reacciones ha tenido frente a acoso callejero, puesto que las repuestas manifiestan que cuando los participantes hombres escuchan a las mujeres narrar este

tipo de experiencias ellas expresan sentirse agredidas física y psicológicamente, además en la pregunta número tres de la encuesta sobre cómo se sienten después de haber recibido comentarios, acciones, manifestaciones de acoso sexual callejero también se logra evidenciar que el miedo, humillación, enojo, indiferencia tienen repercusiones físicas y psicológicas.

4. ¿Qué tipo de gestos se utilizan para llevar a cabo este tipo de prácticas, explícalos?

- La mirada cuando ven sus partes íntimas o cuando se muerden los labios.
- Saben hacer sonidos con la boca (shssss, pssss)
- Con la lengua hacen gestos vulgares, saben sacar la lengua y se comienzan a tocar los labios, es muy ofensivo.

Análisis

Los entrevistados manifestaron que los gestos con mayor frecuencia que saben evidenciar, son las miradas a los atributos físicos de las mujeres, los silbidos parecidos al sonido que se hace para llamar a los perros, los gestos con la boca cuando sacan la lengua y la giran alrededor de los labios de forma morbosa que les causa asco cuando evidencian este tipo de actos. Así mismo se relaciona con la pregunta dos de la encuesta sobre el tipo de acoso callejero que suelen recibir, la cual demuestra que los gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca, las miradas morbosas o que hacen alusión al cuerpo son muy frecuentes y registran un alto porcentaje, por lo tanto las declaraciones de los entrevistados está ligada a otros factores importantes investigados dentro del análisis de resultados.

5. ¿Has experimentado o te han realizado alguna vez acoso en espacios públicos, en la calle, parque, transporte público?

- No he recibido en la calle.

- A mí ninguna vez, no me ha pasado en ningún lado.
- Con personas desconocidos jamás me ha pasado.

Análisis

Los chicos expresaron no haber tenido experiencias de acoso sexual callejero, ni en calles, parques o en el transporte público, ya que es muy habitual ver a las mujeres recibir esos tratos cuando ellas están en la calle o en el bus. En la pregunta cinco sobre la dinámica de cambio de roles, la mayor parte de actuaciones de los estudiantes fueron hombres realizando acoso a las mujeres, puesto que la mayor parte de hombres expresaron no haber recibido acoso sexual en espacios públicos, asegurando que las mujeres son más propensas a ser víctimas de acoso sexual callejero.

6. ¿Por qué las mujeres reciben acoso, a que se debe?

- Se dice que las mujeres son inferiores a los hombres, un tanto por eso podría ser, porque quieren minimizar a la mujer o por problemas psicológicos.
- Creo que se debe a la educación que reciben.
- se debe por la educación que ha tenido la persona en su hogar y las costumbres que haya recibido.
- Porque son bonitas, y otras porque son regaladas y provocan con la ropa para que les hagan eso”

Análisis

Los entrevistados señalaron que la falta de educación y los valores desde el hogar, pueden repercutir para generen estas prácticas, también coincidieron que es posible que les hayan enseñado, que las mujeres son solamente para tareas domésticas y son inferiores a los hombres, por lo tanto merecen un trato distinto y las ven simplemente como objetos, además manifestaron que va a depender de las mujeres por su forma de actuar o vestir. Estas declaraciones de los entrevistados reflejan lo que nos explica la

teoría refiriéndose al patriarcado y machismo instaurado en sociedades como la nuestra, puesto que radica en la educación, costumbres y como una norma cultural que se nos ha ido heredando desde tiempo inmemorables.

7. ¿La forma de vestir de las mujeres influye para que sean acosadas?

- Ellas provocan en su forma de vestir, cuando utilizan faldas cortas, pero si se viste de forma recatada es menor el acoso.
- Si influye, existen lugares a los que se debe saber cómo hay que vestirse, a unos lugares no hay como irse con un escote o una minifalda.
- Si viste con faldas altas, pantalones o ropa ajustada, si va a recibir más acoso.
- Creo que sí, porque algunas muestran lo que no deben mostrar, usan blusas o ropa descotada, faldas cortas, la ropa apegada también atrae.
- Sí, porque si viste alto o con ropa descotada la van a mirar más y la van a comenzar a molestar”

Análisis

Los estudiantes concordaron que la ropa corta, como las minifaldas, shorts; ropa escotada como blusas, vestidos y la ropa apegada al cuerpo como los pantalones tienen repercusión para que sean más acosadas, puesto que las mujeres muestran su cuerpo y llaman la atención con sus atributos físicos y es inevitable que regresen a mirar ciertas partes del cuerpo, aunque algunos indicaron que la mujer puede vestir como ella desee, pero si van a salir a la calle vestidas de la manera antes mencionada, los piropos, frases o gestos van hacer más ofensivos y groseros de lo habitual. Según estas declaraciones también se relacionan con la pregunta dos punto dos, de los grupos focales sobre la observación de fotografías para conocer los piropos según la vestimenta de la mujer, lo cual ratifica que la mujer con ropa escotada o ajustada al cuerpo recibe más acoso sexual en espacios públicos con un alto grado de contenido sexual agresivo, mientras

las mujeres con ropa menos escotada o ajustada los piropos o frases son halagadores, demostrando nuevamente que la mujer recibe menor o mayor acoso sexual en espacios públicos dependiendo de cómo viste.

8. ¿Qué sugerencia darías para que las mujeres no sean acosadas?

- No prestar mucha atención cuando están molestando, si es grave avisarle a alguien.
- No hay que prestarles atención.
- Se debe vestir con ropa floja.
- Hay que ignorar.

Análisis

Los estudiantes concordaron que no deberían prestar atención cuando les digan o hagan piropos, silbidos, gestos con la boca, manos o lengua, simplemente se debería ignorar, y si es demasiado el acoso, se podría avisar a alguien. Además de recomendar que deberían utilizar ropa no ajustada se puede evidenciar la naturalización e invisibilización del acoso sexual en el espacio público, la cual evidencia tolerancia frente a este tipo de prácticas, generando violencia y falta de respeto en calles, plazas, parques, transporte público, cuyo resultado agrava aún más la violencia en sociedades como la nuestra.

**ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A ESTUDIANTES MUJERES DE 15, 16, 17 AÑOS DE
EDAD DE LOS COLEGIOS ADOLFO VALAREZO Y BEATRIZ CUEVA DE
AYORA.**

Según las técnicas de recolección de datos programadas dentro de la metodología, las entrevistas se realizaron a estudiantes tanto hombres como mujeres con diferentes preguntas para ambos sexos, las cuales se analizó por separado para organizar de mejor manera el análisis de recolección de información, además se escogió a una persona de primero, segundo y tercero de bachillerato, es decir de 15, 16, y 17 años de edad del colegio Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora.

1. ¿Qué piropos, frases o comentarios te han hecho cuando caminas por la calle, estas en un parque, o en el transporte público?

- Hay hombres especialmente que primero te quedan viendo o si no te silban o ¡mi reina!
¡Hola! ¡Que linda! ¡Qué bonita! ¿Cómo te llamas?
- Lo que más me han dicho son ¡mami rica! ¡guapurita! ¡Estas rica mami!.
- ¡Guapa! ¡Que rica! ¡Mami!.
- Lo que generalmente dicen, ¿mamacita te acompaño? ¡Estas buena! ¿Todo esto es tuyo?
- Empiezan los jóvenes a silbar, hacer mofa o a enviar besos, a decirte ¡estas sexi!
¡mamita rica!

Análisis

Las estudiantes mujeres coincidieron que los piropos y frases más comunes que les suelen escuchar cuando salen a la calles, parque o en el mismo transporte público son: ¡mami rica! ¡Guapurita! ¡Mi reina! ¡Que rica! ¡Mami! ¿Mamacita te acompaño? ¡Estas buena! ¿Todo esto es tuyo? ¡mamita rica!, por lo tanto la mayoría de piropos, frases y comentarios se refieren a su cuerpo o a sus atributos físicos, los cuales son ofensivos y

groseros. Así mismo el tipo de frases y piropos que han expresado las entrevistadas esta vinculado con un lenguaje con contenido sexual que no halaga, por el contrario ofende y genera repercusiones psicológicas en las mujeres.

2. ¿Te han dicho o han hecho alguna vez, algo que te haya gustado, te haya hecho sentir bien o te haya hecho sonreír?

- Si de vez en cuando, pero cuando son jóvenes.
- No, por parte de desconocidos no se escuchar, porque son personas que están en la calle y no las conozco.
- No, no me han dicho, casi siempre dicen cosas vulgares, bueno es porque a mí no me gusta que me digan nada.
- Cosas bonitas que me hayan hecho sentir bien no me han dicho, además así sean cosas agradables, nosotras no salimos para que nos molesten

Análisis

Las entrevistadas concuerdan que de vez en cuando reciben palabras o gestos que las hagan sentir bien, además señalan que aunque les dijeran piropos, frases o gestos halagadores, no se tendrían porque hacer, puesto que nadie sale a la calle para que le molesten o acosen.

Las versiones de las estudiantes no son frecuentes recibir frases o piropos halagadores, solo sucede de vez en cuando, además señalan que aunque fuesen halagadores o agradables los piropos o frases no se tendrían que hacer, según la teoría investigada el piropo proviene desde un contexto patriarcal donde la mujer es vista como un objeto, cuyos cuerpos pueden ser valubles, tasables y penetrables.

3. ¿Has escuchado, visto o experimentado silbidos, miradas lascivas, gestos con la boca (que hacen alusión al cuerpo o son groseros) cuando estas en lugares públicos como: la calle, parques, plazas, transporte público?

- Si, inclusive una vez estaba de camino a mi casa y por alguna razón tuve que poner un short y unas medias pantalón y un trabajador (trabajaba en construcción), creo que estaba bajo el efecto del alcohol y comenzó a mirarme raro y se me hizo súper feo, me dio como miedo.
- La verdad si, sobretodo de personas mayores, a las chicas de colegio si nos piropean y hay gestos que son molestos, no me gustan, también son muy expresivos con los ojos, son demasiado sexual ¡hay que ricas piernas! ¡Que hermosas caderas! Esos son los que se escuchan en general.
- Cuando salgo a la calle y me dicen palabras como: estas bonita, me envían besos, me dicen cosas ofensivas como “mami estas rica”.
- Cuando hay un grupo de personas y comienzan a codearse entre ellos, sobre todo a mirarte, tú te preguntas qué parte de mi cuerpo me estarán viendo.
- En el bus cuando se va bajar en las mañanas, los ayudante te dicen hasta luego mi amor, chao, me hacen una sonrisa y me lanzan besos volados.

Análisis.

Las entrevistadas coinciden que las miradas son específicamente a las caderas, senos, cintura y piernas, muy pocas veces se fijan en su rostro, los gestos con la boca mientras sacan la lengua y la hacen que girar alrededor de los labios de forma morbosa, los silbidos como si estuvieran llamando a un perro, son las acciones que ven y experimentan, además casi siempre provienen de personas mayores, muy pocas veces de gente joven, además por parte de algunos sectores que trabajan en construcción es más frecuente recibir acoso, según señalan las entrevistadas, según las estudiantes las

personas que trabajan en construcción o en el transporte público suelen realizar con mayor frecuencia este tipo de prácticas, para analizar este contexto es necesario mencionar que estos trabajos están considerados para sectores sociales de clase baja, pero no se puede señalar solo a estos sectores como los de mayores acosadores, puesto que obedecen a normas culturales, heredadas y aprendidas con el pasar de los años, cuyo lenguaje es del vulgo común, por lo tanto es más agresivo y fuerte.

4. ¿Has escuchado hablar sobre acoso sexual callejero, en redes sociales, radio, televisión, periódico o en alguna conferencia, seminario, en clase, con los amigos, con la familia?

- No he visto y no escuchado en estos medios, pero si escuchado, por ejemplo mis amigas o cuando voy con ellas las molestan o las quedan viendo de forma morbosa.
- Una vez vi un reportaje en un canal nacional, hablaba de los tipos que pasaban en las construcciones, le hacían piropos a cualquier chica que pasaba en términos morbosos, se decía que era un problema, que los hombres no respetan a las mujeres y que una chica o una mujer no puede pasar tranquilamente por un lugar de construcción, donde solo se encuentre personal masculino, porque enseguida recibe acoso o le lanzan piropos, pero obviamente ellas se sentían avergonzadas.
- No he visto ni escuchado en los medios, mis amigas me saben contar lo que les pasa en la calle o en el bus.
- He visto en las redes sociales, aquí en el colegio saben dar conferencias de acoso sexual, pero específicamente del acoso sexual callejero no escuchado ni he visto.

Análisis

La mayoría de estudiantes expresaron que no han escuchado hablar del tema en redes sociales, televisión, radio, periódicos, conferencias, aunque una estudiante menciona que si había escuchado sobre el tema en un canal de tv nacional, pero las mayor parte

de entrevistadas han escuchado solo cuando conversan con sus amigas o familiares sobre experiencias que les pasa en la calle o en transporte público, esto logra contrastarse con las declaraciones de los hombres entrevistados anteriormente, los cuales señalan que es muy frecuente escuchar experiencias de acoso sexual en espacios públicos por parte de su novia, amigas, tías, mamá, hermana, primas y sobrinas.

5. ¿Te has fijado en los gestos de las personas cuando tú pasas por estos espacios públicos, podrías explicarlos?

- Si, agachan la mirada y creo que se imaginan en su mente imágenes pornográficas o algo así, sus ojos como que se vuelven chinitos o se muerden el labio.
- Te miran de pies a cabeza, es una mirada morbosa, se muerden el labio; Cuando silban los he notado, mordiéndose el labio.
- Los besos bolados, silbidos o sonidos como si estuvieran llamando a un perro.
- Lo que saben hacer es morderse los labios, sacar la lengua de forma morbosa.
- Lanzan besos, y te silban mientras te quedan mirando de pies a cabeza.

Análisis

Las entrevistadas manifestaron que las miradas son tan fuertes que asemeja como si las estuvieran siguiendo o las desvistieran con solo mirarlas y mientras miran los atributos físicos, se muerden el labio o sacan la lengua en forma morbosa, los silbidos como si estuvieran llamando a un animal y los gestos que hacen con las manos, para dibujar la figura del cuerpo de la mujer. Según la teoría y la información recopilada sobre la comunicación no verbal Squiccioarino (2012) habla acerca de la mirada la cual tiene una profunda complejidad, porque gracias a la mirada el ser humano puede comunicar, seducir, asesinar, atraer, desafiar y lanzar miedo al otro. Además los gestos con los labios y lengua que realizan los acosadores de forma morbosa, generan intimidación en la víctima y promueven aún más violencia de género en espacios públicos.

6. ¿Qué reacción muestras cuando recibes acoso en espacios públicos?

- Yo camino rapidísimo, pero cuando me encuentro con este tipo de personas, es como si me siguieran y acelero el paso.
- Yo hago como si nada, pero a veces cuando se pasan si me regreso a gritarles, estúpido, idiota, además no sirve de nada porque igual siguen.
- La mayoría de veces se ignorar, no se prestar asunto, trato de evitar.
- Lo único que hago es pasar y no decir nada, no hacer caso y ya está.
- Simplemente evito, mejor no regreso a ver, ni les contesto.
- Siempre se ignorar, pero cuando me da iras y los señores del bus me cansan yo se ponerme seria y los ignoro más de la cuenta.

Análisis

Las estudiantes coinciden que es mejor ignorar, no hacer caso, evitar, cruzar a la otra calle o vereda, no prestar atención a lo que te dicen o hagan, simplemente ignorar, puesto que en muchos de los casos no saben cómo enfrentarlos, ya que no se conoce que reacción tendrán si deciden enfrentar. Las medidas que toman para no ser acosada es no vestir ropa apretada o escotada, ubicar la mochila más abajo de las caderas al momento de subir al bus, alegarse o cruzar la calle cuando ven grupos de hombres ocupando estos espacios, puesto que según sus percepciones los hombres cuando están en grupo se sienten respaldados y tratan de llamar la atención. De acuerdo con lo investigado en el marco teórico, Gaytán (citado por Guillén, 2014) manifiesta que la mujer cuando es víctima de acoso sexual en espacios públicos, desarrolla cambios a nivel psicológico y conductual evitando ir por ciertos lugares con la esperanza de no ser acosada.

7. ¿Qué consejos darías para evitar ser acosada?

- Primero que no vistan con ropa corta o escotada, pedir ayuda en casos graves, en los buses debe haber más control para que haya espacios y puedan entrar cierto límite de personas.
- Utilizar ropa decente (ropa no ajustada o escotada).
- Cuando sucedan estas cosas, no tratar tanto de buscar pelea porque puede salir mal, mejor es ignorar y si el hostigamiento es demasiado, ahí sí responder, no con violencia o faltando el respeto como ellos, sino siempre tranquila. En el bus de igual forma ignorar y no ir muy maquilladas para no llamar la atención.
- Creo que uno tiene que aprender a ser discreta con la ropa que se usa.
- No hacer caso a lo que te dicen, hay que estar siempre seria y vestir de formar recatada.
- Salgas como salgas igual te van a molestar, mejor es ignorarlos.
- Que las chicas no se pinten mucho y no utilizar ropa muy corta que eso también llama la atención, y en el bus se debe ignorar.

Análisis

Las entrevistadas concordaron que no se debe vestir ropa apretada o escotada para no llamar la atención y no recibir piropos o gestos groseros, no ir muy maquillada, puesto que también atrae a los demás, evitar ir sola por lugares que estén sólidos, ignorar, cruzar la calle e ir muy cubierto el cuerpo. Estas declaraciones una vez más evidencian el dominio del hombre sobre el espacio público, puesto que ellas tratan de evitar y naturalizar este tipo de prácticas, es decir en cierta manera de tolerar estos actos y tomar medidas que les ayude a no verse provocativas frente a los demás (Falú, 2009).

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS DE ESPECIALISTAS DE PSICOLOGÍA Y SOCIOLOGÍA

Cristina Mateos Casado: Socióloga especializada en Análisis Político; Doctorando en Teoría Feminista.

Marcia Tabango: Psicóloga Hebeatra.

1. ¿Porque este tipo acoso sexual sucede en espacios públicos?

Los especialistas de psicología y sociología coinciden que el espacio público es un reflejo de lo que pasa en el espacio privado, puesto que todo lo que se genera dentro del hogar o de la familia va hacer reflejado en el espacio público, si dentro del hogar se influye en la educación o comportamientos que estén vinculados al dominio o a ejercer poder sobre el otro, estos van a reproducirse en espacios públicos de tal forma que va afectar la integridad de la otra persona.

“La violencia es el origen de estas prácticas según dicen los especialistas, ya que es una forma que nos acompaña, de querer demostrar amor, establecer relaciones, la violencia sigue siendo normativa, es decir se la usa para que la gente acepte determinadas normas”, manifiesta la socióloga Cristina Mateos. “Por lo tanto la mayor parte de gente realiza estas prácticas de acoso sexual callejero es por la satisfacción de hacer daño a la otra persona, reproduciendo violencia originada desde el espacio privado”, señala la psicóloga Marcia Tabango.

2. ¿Por qué el piropo se presenta en espacios públicos?

Según la especialista en sociología manifiesta que el piropo tiene que ver con esa concepción que se ha ido fomentando de generación en generación, pensando que las mujeres solo deben ocupar el espacio doméstico; “ese espacio público es donde se hacen las leyes, se habla de política, donde se habla de las cosas importantes, por lo

tanto que ellos tengan poder o se sientan con poder de someter de decir un piropo o ejercer la violencia en ese espacio público, tiene que ver con un espacio que les caracteriza desde el tiempo atrás desde el tiempo de los griegos, es un espacio que lo dominan y no quieren dejar ese poder, por eso se mueven de un lado a otro, lo usan con tanta soltura y violencia a ese espacio público, dominado por ellos”. La especialista en psicología concuerda diciendo “el piropo invade ese espacio público, sea o no sea halagador, se ha hecho parte de nosotros y se ha ido normalizando, creemos que está normal, que si nos faltan el respeto está perfecto, al menos piensa que puede ser atractiva todavía para alguien aun invadiendo ese espacio personal”.

3. ¿Se ha cambiado la forma de expresar el piropo?

Las especialistas coinciden que la urbanización ha cambiado totalmente, puesto que vivimos una sociedad que cada vez se vuelve individualista, que muchas de las veces no conocemos a los propios vecinos, antes la gente se relacionaba de mejor manera, eran lugares pequeños donde todos se conocían, había un grado más de confianza, por lo tanto si cambia esta urbanización la forma de relacionarse va hacer distinta y no va haber respeto con los demás, otra de las causales es el casco urbano que en su mayoría es diseñado por hombres.

“Tiene que ver la urbanización, porque es una urbanización violenta, dicotómica, el espacio público no deja de ser una representación de lo que somos, cuando diseñamos la ciudad lo hacemos bajo estructuras de dominación, quien diseña el casco urbano son principalmente los hombres, lo diseñan con poca accesibilidad, con poca luminosidad, calles estrechas u oscuras, pocos espacios abiertos que se convierten muchas de las veces en riegos”, expresa la especialista en sociología. El individualismo también forma parte hoy en día de nuestra cotidianidad, antes la gente se conocía más, establecían más relaciones o se relacionada de mejor manera, puesto

que eran lugares pequeños, existían un grado más de confianza, por ejemplo si alguien actualmente vive en tu vecindario, te piropea o te dice algo es muy probable que no le conozcas, es más ni sabe en qué parte de tu barrio vive” explica Marcia Tabango Psicóloga Hebeatra.

4. ¿Cuál es el contexto de las formas de comunicación oral y la comunicación no verbal callejera y su relación con el acoso sexual en los espacios públicos?

Las especialistas manifestaron que la comunicación oral y no verbal no solo se da de las formas que comúnmente las conocemos, gestos con la boca, lengua, manos, miradas, los piropos, sino también con demostraciones que desde pequeños adoptamos, porque a través del cuerpo logramos comunicar mensajes. La especialista en sociología manifiesta: “por ejemplo los niños se tocan continuamente el pene, en cambio no se ve que las niñas lo hagan, es decir estas conductas se aprenden por imitación y se dan reiteradamente, los distintos códigos de comunicación que la violencia ejerce, como el control psicológico, miradas, exposición de genitales, son una forma de control y sometimientos a las mujeres cuando hacen usos de los espacios públicos”. La psicóloga señala que los diferentes gestos que realiza el ser humano en los espacios públicos tienen con cierto grado de índole sexual, lo cual toca ser muy observador, “todas las expresiones del ser humano tienen un contexto, implican algo. Cuando un desconocido tiene gestos inadecuados que no necesitamos un detector de mentiras para saber lo que quiere transmitir, sabemos lo que quieren decir, cuando vemos esto me estoy sintiendo agredida y se debe aprender hacer muy observador para saber que actitudes o gesto tienen esas personas, tal vez ni siquiera me roce o me toque, pero si me agrede con la mirada de tal manera que se convierte en acoso”.

5. ¿La cultura latina según varios autores es considerada como una “cultura de contacto”, cree que esto contribuye a generar aún más el acoso sexual en espacios públicos?

Las especialistas expresan que si se trata el tema de acoso sexual callejero desde la cultura, se está justificando ese tipo de conductas, porque no se puede invadir el espacio ni los derechos de los demás, por lo tanto la cultura nos afecta a todos y todas, no se puede justificar ciertos actos que violen la integridad del espacio de los otros por cuestiones culturales, además también la educación desde la familia por cuestiones de costumbres generan ciertas normas culturales como: las tareas de la casa para las mujeres y los trabajos fuertes para los hombres, el color rosado para mujer y el color azul para el hombre, son estereotipos culturales que se repiten una y otra vez que contribuyen de cierta forma a propiciar el acoso sexual callejero, según coinciden las especialistas.

“Si se trata de ese punto de vista estamos legitimando la violencia, la violencia no se puede legitimar por cuestiones culturales, nosotros podemos ser una cultura de contacto, pero por ser ese tipo de cultura no quiere decir que podamos invadir los derechos del otro, por lo tanto el límite cultural son los derechos humanos. Esa cultura de contacto es igual para hombres y mujeres; porque las mujeres no están acosando a los hombres en la calle, entonces si nos basamos en patrones culturales todos podríamos hacerlo, porque la cultura es algo que nos afecta a todos, por lo tanto la cultura es la gran trampa, en Latinoamérica y en otros países se legitiman determinadas prácticas por la cultura, jamás se puede utilizar ese mecanismo porque es un mecanismo tramposo” señala la socióloga Cristina Mateos.

La especialista en psicología se refiere a los estereotipos o normas que se han establecido en nuestra cultura y se reproducen por medio del machismo, justificando

de alguna forma el dominio del sexo masculino sobre los espacios públicos; “quienes reproducimos el machismo somos nosotras la mujeres, porque desde niños les vamos diciendo, el hombre no se puede poner rosado porque eso es un color de mujer, el hombre no puede lavar los platos, porque la que hace las cosas de la casa es la mujer, eso es generar machismo, aunque con el uso del internet y el cambio de las nuevas generaciones ya ha ido sacando del clásico estigma eso, pero todavía nos falta, claro que esto también viene degeneración en generación desde el patriarcado, pero hay que recordar que al venir de generación en generación quienes nos venimos formando tenemos que venir transmitiendo otro tipo de cultura”.

6. ¿Los estereotipos por los medios de comunicación, sexismo, prejuicios sociales, utilización del cuerpo y otros contribuyen a justificar el acoso callejero?

Las expertas en psicología y sociología coinciden que la imagen del cuerpo de las mujeres en los medios de comunicación nutre el imaginario de estos hombres que practican acoso callejero, puesto que tienen imaginarios distorsionados y machistas, porque los medios de comunicación utilizan a la mujer para denigrar el cuerpo, nutriéndolos con sexualización de estas imágenes, creando estereotipos, sexismo y prejuicios sociales.

“No se puede decir que lo justifica, pero si lo nutre, pero si se genera una cultura de violencia que se nutre con todo esto, se nutre con la sexualización de las mujeres, con la exposición constante de las mujeres en televisión de una manera que las denigra y todas estas imágenes nutren el imaginario de estos hombres que tienen imaginarios distorsionados y machistas” explica la socióloga Cristina Mateos.

7. ¿Qué sugerencias se darían para establecer posibles soluciones frente al acoso sexual callejero?

Según manifiestan las especialistas se debe comenzar por concienciación social, de que las mujeres son sujetos que hay que respetar y que nadie puede cuestionar, pero aparte de eso tienen que haber unas leyes firmes, es decir el acoso callejero tiene que ser recogido en el código penal, además otra de las acciones que se debería tomar en cuenta, es saber reaccionar, aprender a decir no cuando no le parezcan bien ese tipo de actitudes, coincidieron las expertas.

“Tiene que haber todo un proceso de concienciación social, de que las mujeres son sujetos que hay que respetar y que nadie puede cuestionar, pero aparte de eso tienen que haber unas leyes firmes, es decir el acoso callejero tiene que ser recogido en el código penal, la gente entiende cuando le multan, le meten preso, tristemente es así, esta problemática debe ser tomada dentro de estos códigos, si un tipo te toca en el bus debe haber donde denunciar y hacer respetar ese espacio personal. También parte desde la educación, que empecemos hacer pedagogía del respeto” sugiere la especialista en sociología.

Para Marcia Tabango especialista de psicología dice: “hay que manejar asertividad, aprender a decir si y aprender a decir no, si no le gusta lo que le están haciendo, simplemente le digo y se frenan las cosas. La forma de vestir no tiene nada que ver, cada quien se viste para sentir a gusto consigo mismo”.

g. DISCUSIÓN

VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo General

- **Analizar de la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual callejero en los espacios públicos de la ciudad, para determinar el tipo de comunicación que estos generan en sus víctimas mujeres, estudiantes de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, edades comprendidas entre 15 y 17 años.**

El presente objetivo se logra verificar con la observación llevada a cabo en los espacios públicos con cámara oculta, ratificando que los silbidos, piropos, frases y comentarios considerados como comunicación oral son puestos en práctica por jóvenes y personas adultas, se realizan de forma ligera que la mayoría de gente no lo nota, los roces, punteos y manoseos registrados en el transporte público de la ciudad, también se consideran como parte de la comunicación no verbal.

La variable 5 de los grupos focales, denominado: Cambio de roles e identificación de la comunicación no verbal, se puede evidenciar que los participantes tanto hombres como mujeres dramatizan escenas de lo que ven y experimentan, relacionados con el acoso sexual callejero, lo cual ayuda al análisis de distintas formas de comunicarse en los espacios públicos, conforme lo presentamos en el análisis de resultados.

La pregunta 2 de la encuesta sobre el tipo de acoso sexual callejero que han experimentado, realizada a 197 alumnas del Colegio Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, comprueba que la comunicación oral a través de los piropos, frases, comentarios, son los que con mayor frecuencia se ponen en práctica para acosar a las estudiantes, con un

porcentaje de 53% equivalente a 104 encuestadas; la comunicación no verbal se analizó a través de los gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca, registrando 13% que corresponde a 26 estudiantes mujeres; el 23% perteneciente a 45 estudiantes mujeres habría experimentado miradas morbosas o que hacen alusión al cuerpo, la masturbación pública obtuvo el 3% correspondiente a 6 encuestadas, y los tocamientos (roces, manoseo) con el 8% equivalente a 16 encuestadas, todas estas formas de comunicación permiten el análisis de la comunicación oral y no verbal en los espacios públicos.

Objetivo Específicos

- **Determinar el grado de relación que genera la comunicación oral y no verbal en la adopción de comportamientos relacionados al acoso sexual callejero.**

El objetivo uno se verifica a través de las variables de los grupos focales, la variable 1 denominada: Conocimiento del tema de acoso sexual callejero; la variable 3 titulado: Tipo de acoso que han visto o han experimentado, evidenciado en el análisis de resultados. En las entrevistas realizadas a estudiantes tanto hombres como mujeres narran los distintos gestos y experiencias relacionadas con la comunicación no verbal, sobre las miradas de tipo morbosas, los gestos con la boca, manos y lengua, además la comunicación oral también se evidencia con los piropos, frases y comentarios con contenido sexual que ofende y agrede psicológicamente a la mujeres, los cuales se asemejan en la adopción de comportamientos de acoso sexual callejero.

- **Estudiar las diferencias entre el piropo como práctica de comunicación oral y la tergiversación del mismo, para conocer las repercusiones que genera en las mujeres cuando se convierte en contenido sexual agresivo.**

Este objetivo específico se comprueba con las entrevistas que se realizaron a especialistas de psicología y sociología, explicando que la tergiversación del piropo se debe

al cambio de urbanización que han tenido las ciudades en estas últimas décadas. Las entrevistas realizadas a estudiantes tanto hombres como mujeres, manifiestan que en épocas pasadas el piropo se expresaba de la forma más respetuosa posible y sus abuelos lo utilizaban para enamorar a las jóvenes, pero según señalan, ahora ya no tiene el mismo valor y se expresa de manera vulgar y grosera, ofendiendo la integridad física y psicológica de las mujeres, también recalcan que este cambio es por la educación desde el hogar, puesto que los valores y principios han ido cada vez en decadencia.

La variable 2 de los grupos focales titulada: opiniones sobre el piropo, ayuda a recopilar opiniones sobre el piropo, hacen diferencias entre piropo halagador y piropo vulgar o grosero, además comentan que depende de la persona qué dice y cómo lo dice.

El objetivo específico se verifica con la pregunta 4 de las encuestas sobre los piropos, frases o comentarios que reciben con mayor frecuencia, aplicadas a las mujeres de 15, 16 y 17 años de los dos colegios ya mencionados, indican que 44 encuestadas que equivale al 22% la mayor parte de piropos, frases y comentarios han sido groseros; el 58% que corresponde a 113 estudiantes mujeres ha recibido en su mayoría piropos, frases y comentarios vulgares; y tan solo el 20% equivalente a 40 encuestadas han recibido piropos halagadores o bonitos, de tal manera se puede notar que los piropos, frases y comentarios actualmente dañan la integridad de las mujeres en espacios públicos.

También la pregunta 3 ¿Cómo te has sentido después de haber recibido comentarios, acciones, manifestaciones de acoso sexual callejero? se verifica con el objetivo específico, puesto el 34% que corresponde a 68 mujeres sintieron miedo; el 17% representa a 19 encuestadas señalaron sentirse humilladas; el 17% de encuestadas equivalente a 33 estudiantes mujeres expresaron sentir indiferencia o no les importa; solo el 2% de las estudiantes que corresponde a 4 personas enunciaron sentirse halagadas, lo cual demuestra

que el acoso sexual callejero genera ciertas repercusiones dañinas que afectan físicamente y psicológicamente.

- **Analizar las distintas formas comunicativas en que se da el acoso sexual callejero hacia las estudiantes de secundaria de Loja, para determinar las causas del acoso callejero en su contra.**

El objetivo específico cuatro se verifica con la variable 2.2 de los grupos focales del análisis de resultados, sobre observación de fotografías para conocer los piropos según la vestimenta de la mujer, la observación de fotografías se realizó con cuatro modelos con vestimenta diferente, dando como resultado que la forma de vestir incide para que reciban más acoso, las modelos con ropa ajustada y corta recibieron piropos, frases y comentarios groseros y ofensivos refiriéndose al cuerpo de la mujer, las entrevistas realizadas a estudiantes de los colegios Adolfo Valerezo y Beatriz Cueva de Ayora aclararon que según como se vista la mujer para salir a los espacios públicos, recibirá mayor o menor acoso sexual callejero. Además de sugerir que al momento de salir hacia la calle, plazas, parques o al transporte público se debe vestir recatadamente, tratar de no llamar la atención con ropa descotada o ajustada, los gestos con las manos, boca y lengua, las miradas lascivas al cuerpo de la mujer también tienen como punto de partida la forma de vestir.

- **Plantear alternativas que apoyen a enfrentar este tipo de prácticas sociales erróneas, con el fin de concientizar a la población acerca de la necesidad de aceptación para fortalecer la convivencia, el respeto mutuo y las relaciones sociales en los espacios públicos de la ciudad.**

Este objetivo se verifica a través de la propuesta, la cual trabajará a través de una campaña que involucra a estudiantes, docentes, autoridades, grupos y colectivos interesados con el tema, desde una perspectiva de violencia de género, que afecta a hombres y mujeres, creando espacios públicos con respeto.

También se trabajará por medio de un mapa virtual tanto para calles como las rutas de los buses, con el fin de recopilar un registro para que se tomen las medidas necesarias por parte de las autoridades.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Las prácticas de comunicación oral y no verbal de las personas que tienen hábitos de acosar a las mujeres cuando hacen uso del espacio público, se presentan de forma natural que la sociedad no lo ha tomado como un problema que afecta la integridad física y psicológica de las mujeres, agravando seriamente la invisibilización y naturalización del acoso callejero en la sociedad lojana.

La hipótesis se contrasta con las entrevistas y grupos focales que se les realizó a estudiantes tanto a hombres como mujeres de 15, 16, 17 años de edad, de los colegios Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo, manifestando que al momento de recibir acoso sexual en espacios públicos, lo que suelen hacer es evitar, cruzar la calle, ignorar al acosador, no contestar, mostrar indiferencia frente a la situación, este tipo de actitudes los hombres aconsejan o siguiereen a las mujeres, y ellas lo sostienen con el fin de no recibir agresiones mayores. De tal manera al tolerar este tipo de comunicación oral y no verbal que ejercen los acosadores en los espacios públicos, se

convierten en una forma de nutrir la violencia a través del silencio, aportando a la naturalización e invisibilización del acoso sexual en calles, parques, transporte público y plazas.

Así mismo la observación en espacios públicos con estudiantes mujeres, ratifica la hipótesis, puesto que los silbidos, pitazos, frases, comentarios, piropos, roces, manoseos, gestos con las manos, boca y lengua, se realizaron de forma natural que la gente no le prestó atención, simplemente pasa desapercibida, contribuyendo a invisibilizar y naturalizar la problemática.

h. CONCLUSIONES

- Los gestos con boca, lengua, manos y las miradas lascivas al cuerpo de las mujeres, realizadas por los acosadores a las mujeres estudiantes, son consideradas como acoso sexual callejero que afectan psicológicamente en los espacios públicos de la ciudad de Loja.
- Los piropos, frases, comentarios vulgares y groseros provenientes del acoso sexual en espacios públicos tienen contenidos sexuales agresivos que hacen alusión a la cintura, piernas, caderas y senos de las mujeres, por lo tanto agreden emocionalmente a las mujeres en la ciudad de Loja.
- La vestimenta de la mujer es una de las mayores causales que se utiliza para justificar el acoso a la víctima, puesto que depende de la forma de vestir para que la mujer reciba mayor o menor acoso en espacios públicos de Loja.
- El miedo, enojo, humillación, vergüenza, el sentirse halagada o indiferente son parte de las sensaciones que las estudiantes mujeres de la ciudad de Loja desarrollan cuando reciben acoso sexual callejero, lo que ayuda a adoptar ciertas conductas como evitar, ignorar, cruzar la calle. no vestir ajustado o escotado con el fin de no recibir acoso.
- El acoso sexual callejero es un tema que la mayor parte de las estudiantes mujeres viven o experimentan diariamente, formando parte de la cotidianidad, que aunque moleste y sea desagradable ver o escuchar, no se considera del todo como un problema que afecta psicológicamente a las mujeres.
- La educación sobre las relaciones personales de comunicación en espacios públicos, aún no cuenta con la formación necesaria sobre valores que colaboren a generar respeto en espacios públicos en los estudiantes de la ciudad de Loja, puesto que

depende justamente de esta educación para enfrentar al acoso sexual en dichos espacios.

- Las prácticas de acoso callejero se vienen dando desde generaciones pasadas las cuales han sido minimizadas y naturalizadas, sin embargo estas costumbres han servido para justificar relaciones inequitativas de poder en los espacios públicos de Loja entre el sexo masculino y femenino
- Los hombres en su mayoría son generadores de machismo y las mujeres se las considera reproductoras de ese machismo, puesto que en el caso del acoso sexual callejero las propias mujeres se cohiben y optan por ignorar o evitar antes que reaccionar, reforzando ciertas normas ya establecidas de como la mujer debe vestir o actuar en espacios públicos, reproduciéndose de esta manera de generación en generación y nutriendo aún más las prácticas de acoso sexual callejero en la ciudad de Loja.
- El lenguaje utilizado en el acoso sexual callejero de piropos, frases o comentarios en la ciudad de Loja son de jerga común o del vulgo que tienen mayor repercusión en las estudiantes mujeres por considerarse un lenguaje ofensivo con alto grado de contenido sexual agresivo.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los docentes y autoridades de los colegios, quienes están en contacto directo con los estudiantes, trabajar temas de relaciones personales en espacios públicos referentes al acoso sexual callejero.
- Se sugiere que el Ministerio de Educación a través de sus distintas entidades, promuevan campañas que apoyen a visibilizar el acoso sexual en espacios públicos, como un problema que afecta la vida diaria de las mujeres.
- Se propone que los docentes y orientadores educativos de los colegios, trabajen junto con los padres de familia el tema de acoso sexual callejero, para que el tema se socialice y visibilice dentro del espacio privado como es el hogar.
- Se recomienda a las distintas autoridades, docentes, psicólogos invitar a colectivos o grupos encargados de manejar temas de género, para que puedan aportar con tópicos a los estudiantes, sobre violencia y relaciones de poder en espacios públicos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

TÍTULO

PÁRALE AL ACOSO SEXUAL CALLEJERO

AUTORA: SILVANA YAMILE SANMARTÍN OCHOA

DIRECTOR: DR. MILTON EDUARDO ANDRADE TAPIA, PHD

LOJA-ECUADOR
2016

PROPUESTA

TÍTULO: Párale al acoso sexual callejero

Objetivo General

Sensibilizar a los jóvenes sobre las repercusiones psicológicas que afectan a las mujeres en espacios públicos a través de campañas.

Objetivos específicos

- Generar información necesaria sobre el acoso sexual en espacios públicos a los estudiantes de los colegios, para que apoyen a divulgar el tema dentro del círculo de amistades.
- Trabajar conjuntamente con docentes, orientadores y autoridades de las instituciones educativas, para que a través de las enseñanzas propicien mejores relaciones interpersonales de comunicación en espacios públicos.

Problema.

El acoso sexual en espacios públicos refleja naturalización porque la mayor parte de personas toleran prácticas como silbidos, gestos con las manos, boca, lengua o piropos, frases, comentarios y miradas que hacen referencia a las piernas, cintura, senos, caderas del cuerpo de la mujer de forma morbosa u ofensiva, nutriendo normas culturales que agreden, uno de los mayores causales es la manera de vestir de la mujer, de esto dependerá para recibir mayor o menor acoso. La invisibilización por parte de los actores sociales, expresan que es desagradable, molesto, vergonzoso, humillante y provoca miedo, pero no le prestan el debido interés, aportando a ignorar, omitir o evitar este tipo de prácticas, convirtiéndose en un círculo vicioso de violencia cuyo resultado es el silencio.

Por ello es necesario que tanto hombres como mujeres, podamos ser partícipes de cambiar esta realidad que aqueja diariamente a las mujeres en espacios públicos, ayudando a visibilizar el acoso sexual callejero como un problema que afecta física y psicológicamente. De tal manera se contribuirá a crear espacios públicos libres de acoso y con respeto, fortaleciendo relaciones de comunicación equitativas para hombres y mujeres.

Conocimiento del público meta y las instituciones que trabajan este tipo de temas.

Los jóvenes tanto hombres como mujeres, conocen de forma general lo que se trata el acoso sexual en espacios públicos, a través de sus testimonios y experiencias comentan sentirse afectados por esta situación, sin embargo no convence del todo ya que al evitar, ignorar o mostrar indiferencia aportan a opacar aún más el problema, además al no conocer instituciones encargadas en abordar el tema de acoso callejero, simplemente pasa desapercibido.

Instituciones que han trabajado el tema de acoso sexual callejero en la ciudad.

Actualmente, la Cruz Roja del Ecuador a través del Programa Nacional de Juventud, llevó a cabo una campaña “No es piropo, es acoso” en diferentes provincias, se tenía previsto trabajar en los colegios de la ciudad de Loja, lo cual por problemas de organización no se llevó a efecto.

Público al que se desea llegar.

Tipo de público: Estudiantes de colegios de la ciudad de Loja que bordeen los 15-17 años de edad.

- Edad adecuada para que entiendan el problema.
- Más propensos a recibir acoso, por sus características físicas.
- Disposición para trabajar en conjunto.
- Mayor desenvolvimiento a la hora de expresarse.

TEMA DE LA CAMPAÑA:
Párale al acoso sexual callejero

LOGO O IDENTIFICATIVO DE LA CAMPAÑA



Colores del logo de las campaña

Color amarillo: Según la psicología del color significa estar alerta o prevenidos, también tiene un lado positivo de alegría y optimismo, pero para esta campaña se ha creído conveniente utilizar este color debido a su significado de prevención, puesto que se va a trabajar con jóvenes de 15, 16 y 17 años de edad, los cuales requieren que se les prevenga sobre las consecuencias que puede tener este tipo de práctica y tolerancia frente al problema.

Color morado oscuro y claro: Significa la unión del hombre y la mujer, además este color ha representado la lucha feminista para la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, de tal manera es necesario emplear estos colores, ya que se está trabajando un tema de violencia

de género, cuya campaña va enmarcada en visibilizar el acoso sexual en espacios públicos que afectan mayormente a las mujeres, violentando su integridad emocional y física, lo cual se considera una lucha por la igualdad de derechos.

El tipo de letra que se utilizó en el título, significa violencia demostrando cierto desgaste en su tipografía, puesto que afecta a las mujeres cuando hacen uso de calles, parque, plazas y transporte público.

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES PLANIFICADAS	TAREAS A DESARROLLAR	METAS	MATERIALES
Carpas informativas en las instalaciones de los colegios, en el parque Bolívar y en San Sebastián.	Brindar información general a los estudiantes de los colegios, sobre que es el acoso sexual callejero, que repercusiones genera en las víctimas, y donde podrían registrar su testimonio o experiencia.	Lograr involucrar a nuestro público dentro de esta actividad con el fin de desarrollar y obtener registros de acoso sexual en espacios públicos a través de testimonios y experiencias que sirvan como evidencias para visibilizar esta problemática.	Afiches Invitaciones a visitar la página web. Elaboración de: panfletos camisetas esferos broches manillas cartulinas (para que dejen constancia sobres frases o piropos que han escuchado)

Charlas y conferencias a los estudiantes sobre el tema de acoso sexual en espacios públicos.	Reuniones con varios cursos desde primero a tercer de bachillerato dentro de los espacios de las instituciones.	Explicar a profundidad sobre las distintas formas de comunicación que se generan en espacios públicos; cual es el origen de este tipo de prácticas; que son los espacios públicos y la dominación del mismo; El piropo y su significado actual, Las repercusiones que genera el acoso callejero en las mujeres.	Grupo y colectivos e instituciones Fundación espacios. Personal del Comité de Desarrollo de Mujeres de Frontera. Red de Organizaciones Juveniles de la Provincia de Loja.
Divulgación en espacios públicos del problema.			
Obras de teatro en espacios públicos como en el parque Bolívar y en San Sebastián.	Realizar una obra de teatro donde se pueda recrear situaciones de acoso sexual callejero.	Contribuir a la visualización de una manera más directa acerca del problema	Recursos humanos, Panfletos.
Conciertos	Realizar conciertos de difusión con la finalidad de llegar y atraer a nuestro público	Lograr que artistas se involucren en el tema y a través de su imagen logren atraer la atención pública y para que haya mayor difusión y concientización del tema	Artistas locales.
Concurso de grafitis	Desarrollar un concurso de grafitis entre alumnos de los colegios de la ciudad a través de murales en los colegios y otros sectores de concurrencia masiva.	Generar una acción simultánea en la ciudadanía, para que las personas al caminar puedan ver el mensaje, e involucrar a nuestro público.	Murales en sectores Pintura Brochas.

DISEÑOS DE MATERIALES

- AFICHES

pórale sexual al acoso callejero

Por espacios públicos con respeto y libres de violencia

Registra tu testimonio o experiencia en:

www.paralealacosocallejero.netai.net

AUSPICIAN



Ministerio
de Educación



INDUMENTARIA

Camisetas



Manillas



CRONOGRAMA.

Acción	Fecha de Inicio	Fecha Final	Duración Total
Carpas informativas en las instalaciones de los colegios, en el parque Bolívar y en San Sebastián.	04 de enero de 2016	22 de enero de 2016	3 semanas
Charlas y conferencias a los estudiantes sobre el tema de acoso sexual en espacios públicos.	25 de enero de 2016	05 de febrero.	2 semanas
Obras de teatro en espacios públicos como en el parque Bolívar y en San Sebastián.	-	-	1 cada dos meses
Conciertos			2 en los 6 meses
Concurso de grafitis	18 de julio de 2016	29 de julio 2016	2 semanas
DURACIÓN TOTAL DE LA CAMPAÑA: 6 MESES.			

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMPLEMENTARIOS.

Medios impresos: Redacción de noticias, boletines de prensa, redacción de reportajes respecto al tema tratado dentro la campaña y los avances de la misma.

Televisión: Realizar entrevistas para que la ciudadanía pueda conocer cómo y el porqué de la campaña, además de invitar a participar de este evento.

Radio: A través de reportajes radiales y entrevistas acerca del tema.

SPOT PARA TELEVISIÓN.

CLIENTE	INSTITUCIONES DE CULTURA DE LOJA	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
PRODUCTO	PROMOCIÓN DE LA CAMPAÑA PÁRALE AL ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PUBLICOS.		
EVENTO	I JORNADAS DE LA CAMPAÑA PÁRALE AL ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PUBLICOS.		
DURACIÓN	30" segundos		
FORMATO	SPOT PARA TELEVISIÓN		
FECHA	3 y 7 DE DICIEMBRE		
P.G. una chica caminando por la calle mientras unos jóvenes se acerca y la acosan sexualmente, mientras ella demuestra miedo, se cubre los oídos para no escuchar y trata de cubrir su cuerpo.	-Psssss psss - niña la acompaño -huyyy mi amor	00:00:11"	00:00:18"
P.G. Un chico y una chica vienen caminando por detrás y tratan de rodearla, mostrando protegerla, y miran de frente al acosador.	No queremos ver, ni escuchar acoso sexual en espacios públicos.	00:00:05"	00:00:08"

P.G. mujeres y hombres se acercan de los lados, llevando carteles, mientras retrocede el acosador.	- Porque la violencia nos afecta a todos. -No más acoso.	00:08:”	00:00:12”
P.G. todos miran de frente a la cámara.	Únete a la campaña párale al acoso sexual callejero.	00:00:6”	00:00:30”

CONFERENCIAS

Las conferencias las llevarán a cabo los colectivos, grupos e instituciones que estén interesados en contribuir y sumarse a la campaña para los jóvenes de 15, 16 y 17 años de edad, cuyos temáticas irán enmarcadas sobre:

- Género
- Violencia de género
- Patriarcado y machismo.
- Estereotipos y sexismo
- Acoso sexual en espacios públicos.
- Dominio del espacio público.
- Relaciones sociales

REALIZACIÓN DE LA PAGINA WEB

Objetivo:

Recopilar información a través de los usuarios sobre testimonio o experiencias que hayan tenido sobre acoso sexual en espacios públicos, para obtener un registro que ayude a visibilizar la problemática.

¿Qué contiene?

<http://paralealacosocallejero.netai.net/#about>

- Es un mapa en google maps en donde el usuario a través de un pequeño registro, donde se identificará con su nombre, lo que le dijeron o le hicieron, el lugar exacto que recibió acoso y hace clip en la opción denunciar, luego esta

información a su vez se irá guardando en una base de datos que solo el o los administradores tendrán acceso para después ubicar la denuncia en el mapa virtual, y recuperar la información para poder sacar reportes o estadísticas de cuantas mujeres han sido acosadas diariamente.

- En la opción del mapa virtual, existirá opciones que ayuden a identificar como se sintieron después de recibir acoso callejero, con el fin de registrar las repercusiones del acoso sexual en espacios públicos.



¿QUIÉNES SOMOS?

Somos parte de las distintas organizaciones sociales de la ciudad de Loja que trabajamos conjuntamente para recopilar información a través de los usuarios sobre testimonio o experiencias que hayan tenido sobre acoso sexual, en calles y en el transporte público, para obtener un registro que ayude a visibilizar la problemática en espacios públicos.

¿QUÉ ES ACOSO CALLEJERO?

Se puede definir el acoso sexual callejero como un conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, de besos, tocamientos, masturbación pública, exhibicionismo, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un manifiesto carácter sexual. Estas prácticas revelan relaciones de poder entre géneros, pues son realizadas sobre todo por hombres y recaen fundamentalmente sobre mujeres, en la mayoría de casos desconocidas para ellos. Las realizan hombres solos o en grupo.



BIENVEN
INGRESAR PARADA:
CONTACTO

Como te sientes después de recibir acoso:

Estado marcador:
Click en el marcador para mover.

Posición actual:

Latitud:
-3.986697

Longitud:
-79.19892600000003

Dirección:
UTPL por el Control, Loja, Ecuador

GUARDAR
CANCELAR

BIENVENIDOS
QUIÉNES SOMOS
DENUNCIAR
CONTACTO

CONTACTOS

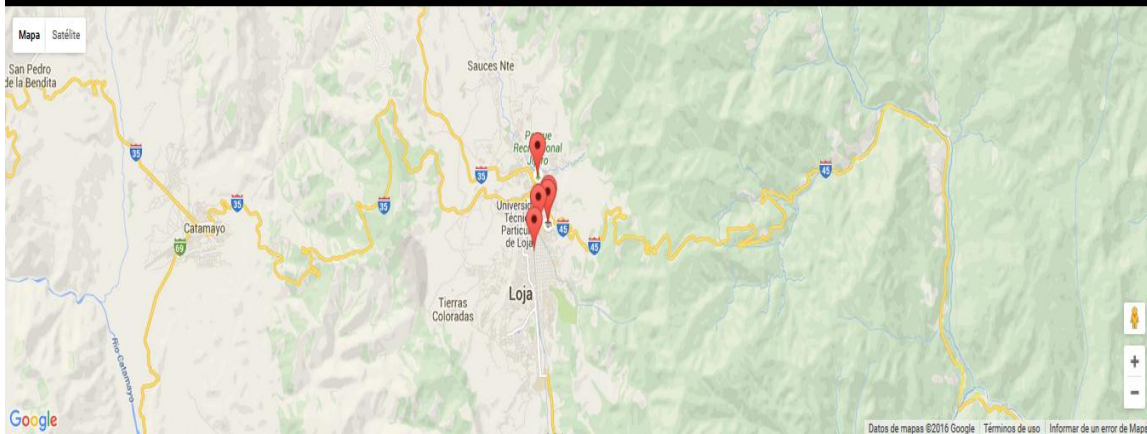
Puedes unirte a comunidades para hablar del tema o escribir a

feedback@startbootstrap.com

f FACEBOOK

f FACEBOOK

f FACEBOOK



RECURSOS Y PRESUPUESTO

Talento Humano

- Jóvenes estudiantes de los distintos colegios.
- Autoridades y docentes de las instituciones educativas.
- Autoridades del Ministerio de Educación.
- Colectivos y grupos: Fundación Espacios; Comité de Desarrollo de Mujeres de Frontera; Red de Organizaciones Juveniles de la Provincia de Loja

RECURSOS MATERIALES Y PRESUPUESTO

MATERIALES	COSTOS DURANTE TODA LA CAMPAÑA	TOTALES
<ul style="list-style-type: none">• Afiches• Panfletos	170	170
<ul style="list-style-type: none">• Esferos	15	15
<ul style="list-style-type: none">• Camisetas	1000	400
<ul style="list-style-type: none">• Manillas	140	100
<ul style="list-style-type: none">• Cartulina	18	18
<ul style="list-style-type: none">• Pintura	50	50
<ul style="list-style-type: none">• Aerosoles	50	50
<ul style="list-style-type: none">• Pinceles	15	15
<ul style="list-style-type: none">• Brochas	20	20
<ul style="list-style-type: none">• Diseño de página Web	600	1300
TOTAL	\$ 2078	\$ 2078

INGRESOS

INGRESOS	TOTAL
Colectivos, grupos e instituciones	3890
TOTAL	\$ 3890

EGRESOS

MATERIALES	TOTALES
• Afiches	
• Panfletos	170
• Esferos	15
• Camisetas	400
• Manillas	100
• Cartulina	18
• Pintura	50
• Aerosoles	50
• Pinceles	15
• Brochas	20
• Diseño de página Web	1300
TOTAL	\$ 2078

FINANCIAMIENTO

- Los costos que demande la realización de los distintos materiales para las actividades con los estudiantes, a fin de que se cree una propuesta organizada y diseñada adecuadamente, serán asumidos por los colectivos, grupos e instituciones que estén interesadas en llevar a cabo la siguiente propuesta.

CONTROL Y SEGUIMIENTO

El control y seguimiento de cómo se van desarrollando las acciones y medir el impacto generado con el objetivo de poder tomar decisiones y acciones de mejora para la consecución de los objetivos.

La evaluación se realizará luego de cada actividad a través del monitoreo de los participantes en cada acción, así mismo se evaluará y monitoreará las redes sociales para observar el movimiento de la opinión pública en torno al tema, y poder establecer como las personas han acogido el tema a través de comentarios en los medios digitales. De igual forma después de la campaña se someterá análisis los testimonios y experiencias de los participantes, además de la participación e interacción con las diferentes actividades en cuanto al tema.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, A. (2014). Ecuador: se dicta la ley, crece la ficción, se desafía la creatividad. En L. Paim (Ed), *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014* (235-263). Porto Alegre: Sulina
- Álvares, A. (2012). *Poética del habla cotidiana*. Merida, Venezuela: Copyright
- Adrián, J., & Rangel, E. (2012). La transición adolescente y la educación. *Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad*, (01), 02-16. Recuperado de <http://www3.uji.es/~betoret/Instruccion/Aprendizaje%20y%20DPersonalidad/Curso%2012-13/Apuntes%20Tema%201%20La%20transicion%20adolescente%20y%20la%20educacion.pdf>
- Benalcázar, M. (2012). *Piropos callejeros: disputas y negociaciones*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, Quito.
- Comparato, D. (2014). De la creación al guión: Arte y técnica de escribir para cine y televisión. Recuperado de http://books.google.es/books?id=A5NIBQAAQBAJ&dq=la+pel%C3%ADculas+transmitidas+por+la+televisi%C3%B3n&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Carmona, S. (2012). La importancia del contenido en el mensaje. Perspectiva de género en los medios de comunicación. *La revista Cofactor*, 3(5), 54-73.
- Caldevilla, D. (2010). Estereotipos femeninos en series de TV. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 111, 73-78.
- Carvajal, S. (2014). *El piropo callejero: acción política y ciudadana*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Caricote, E. (2009). La salud sexual en la adolescencia tardía. *Revista Educere*, (045), 415-425. Recuperado de <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/29274>
- Comisión, C. (2013). *Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer (Suplemento núm.7)*. Recuperado de http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=E/2013/27&referer=http://www.stopstreetharassment.org/2013/05/2013-un-csw/&Lang=S
- Degrado, D. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación* 25, 2, 3-4. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2925976>
- Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Madrid, España. Editado y maquetado por FGS

- Domínguez, R. (2009). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y Palabra*, 70, 2-28. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/REYES_REVISADO.pdf
- Espinoza, M. (2014). *¿Galantería o acoso sexual callejero?*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Etienne G. Krug, Linda L. Dahlberg, James A. Mercy, Anthony B. Zwi & Rafael Lozano. *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. (Publicación Científica y Técnica No. 588). *Recuperado de* http://www1.paho.org/Spanish/AM/PUB/Violencia_2003.htm
- Falú, A. (2009). Violencias y discriminaciones en las ciudades. En P. Matta (Ed), *Mujeres en la ciudad de violencias y derechos* (15-37). Chile: Impresión: LOM Ediciones. Sólo actúa como impresor.
- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M., & Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México. Pearson Educación
- Gowan, Jhon. (2003). La televisión en América Latina y El Caribe. En E. Jaramillo (Ed), *Evolución y Retos de la televisión* (p.35). Quito: *Editorial "Quipus" CIESPAL*
- Gutiérrez. B., Rodríguez. M., & Gallego, C. (2009). La construcción sexista de la imagen en los medios televisivos. *Revista icono* 14, 7(3), 191-209.
- Guillén, R. (2014). *Acoso sexual callejero y sexismo ambivalente en jóvenes y adultos jóvenes de Lima*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
- H. DeFleur, M., Kearney, P., Plax, T., & L. DeFleur, M. (2005). *Fundamentos de la Comunicación humana*. México. The McGraw-Hill Companies
- Lozano, J. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. *Comunicar*, 30(15), 67-72. doi:10.3916/c30-2008-01-010
- Lisowska, M. (2010). La expresión verbal de las emociones negativas: el caso del insulto. *Estudios Romanica Posnaniensia*, 37(2), 3-13. Recuperado de https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/bitstream/10593/2555/1/37_2%2001%20M.%20Lisowska.pdf
- Loayssa, J., & Echagüe I. (2001). La salud en la adolescencia y las tareas de los servicios de salud. *Anales Sis San Navarra*, (24), 93-105. Recuperado de <http://recyt.fecyt.es/index.php/ASSN/article/viewArticle/5902>

- Martínez, E. (2010). Los ojos femeninos en la publicidad audiovisual. *Revista icono* 14, 8(3), 257-266.
- Mateos, A. (Ed). (2013). Programa socioeducativo para la prevención de la violencia de género en parejas adolescentes. Madrid: Pirámide
- Macho, B. (2014). Sexismo en videoclips. Análisis de los videos musicales en los 40 Principales. Universidad de Valladolid, España.
- Morales, A., & Rincón, J. (2013). Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13(2), 517-527. doi:10.11144/Javeriana.UPSY13-2.ergu
- Medina, M., & Barrón, L. (2010). La telenovela en el mundo. *Palabra Clave*, 13(1), 77-97.
- Medrano, C., Cortés, P., & Palacios, S. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación*, 342, 307-328.
- Martínez, M. (2012). Psicología de la comunicación. Barcelona, España: Departament de psicología bàsica
- Moya, M., & Rodríguez, R. (2011) Fundamentos de la Psicología Social. Madrid, España, Pirámide
- Media, E. (Ed). (2009). Dinámica de grupos. Barcelona: *Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya*
- Munné, F. (2008). La psicología social como ciencia teórica. Edición Online. Recuperado de <http://www.portalpsicologia.org/pdfs/2008Munne.pdf>.
- Orozco, G. (2010). Televisión y audiencias. Recuperado de http://books.google.es/books?id=T27ssnbDo3EC&dq=teor%C3%ADas+sobre+la+televisi%C3%B3n&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Osborne, R. (2009). Apuntes sobre violencia de género. Barcelona: Bellaterra
- Pascual, M, (2010) Fundamentos de la comunicación humana. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ECXX3haWfvQC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Comunicaci%C3%B3n+Oral:+Fundamentos+y+Pr%C3%A1ctica&ots=xxmjfJk8MA&sig=vIfSbFF3qBm74mr7p6Iu-BbhXqg#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20Oral%3A%20Fundamentos%20y%20Pr%C3%A1ctica&f=false>
- Pizani, M. (2009). Los derechos humanos de las mujeres en el Ecuador. Quito: Abya Yala

- Rulicki, S., & Chemy, M. (2007). Comunicación No Verbal. Recuperado de http://books.google.es/books?id=ui7ZKBtZQQ0C&dq=la+comunicaci%C3%B3n+no+verbal+prox%C3%A9mica&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Rosique, G. (2009). La emergencia de las Asociaciones de Telespectadores en el escenario audiovisual. En P. Crespo (Ed). Telerrealidad: el mundo tras el cristal (pp.142-143). Sevilla: Comunicación Social.
- Santos, V. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. México: Red tercer milenio S.C.
- Squicciarano, N. (2012). El vestido habla. Madrid, España. Cátedra.
- Serrano, J. Rangel, E. (2012). Repositori Universitat Jaume I. Valencia: Repositori UJI. Recuperado de <http://www3.uji.es/~betoret/Instruccion/Aprendizaje%20y%20DPersonalidad/Curso%2012-13/Apuntes%20Tema%201%20La%20transicion%20adolescente%20y%20la%20educacion.pdf>
- Santamaría, V. (2013). Acoso sexual callejero: un golpe silencioso. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Vallejo, E., & Rivalora, M. (2013). La violencia invisible: acoso sexual callejero en Lima Metropolitana y Callao. Serie Cuadernos de Investigación, 4, 1-22.
- Von Doellinger, O. (2011). Cuerpo e Identidad. Estereotipos de género, estima corporal y sintomatología psiquiátrica en una población universitaria. Universitat Ramon Llull. España.
- Velasteguí, E. (2013). “Ella y la calle”: Estudio sobre la violencia contra las mujeres en el espacio público de Quito con especial énfasis en el servicio de transporte municipal trolebús. Universidad de las Américas, Quito.
- Vivas, P., & Rojas, J. (2009). Proceso de grupos. Material docente de la UOC, (09), 05-60. Recuperado de http://psyciencia.com/wp-content/uploads/2012/11/DINA_MICA-DE-GRUPOS.pdf



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

Análisis de la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual callejero en los espacios públicos de la ciudad, para determinar el tipo de comunicación que estos generan en sus víctimas mujeres, estudiantes de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, edades comprendidas entre 15 y 17 años, periodo marzo – diciembre 2015.

PROYECTO DE TESIS
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

AUTORA:

Silvana Yamile Sanmartín Ochoa

**LOJA-ECUADOR
2015**

a. TEMA

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN PARA CON SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SECCIÓN VESPERTINA DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LAS EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015.

b. PROBLEMÁTICA

¿De qué manera la comunicación oral y corporal en las personas que practican el acoso sexual callejero en los espacios públicos de la ciudad de Loja, determinan el tipo de comunicación que estos generan para con sus víctimas mujeres, estudiantes de secundaria sección vespertina de la ciudad de Loja, en las edades comprendidas entre 15 y 17 años, periodo Marzo – Diciembre 2015?

PROBLEMATIZACIÓN

La comunicación oral y no verbal representan el pilar fundamental en las relaciones humanas, puesto que se han establecido como una de las mayores demostraciones que tiene el ser humano para comunicarse consigo mismo y con los demás a través del habla, los gestos, las expresiones y movimientos del cuerpo, sin embargo este tipo de comunicación oral y no verbal ha ido adquiriendo un sinnúmero de significados que tanto hombres como mujeres no lo interpretan de la misma forma, ocasionando ciertos quebrantamientos que son evidenciados en los espacios públicos de la ciudad como acoso sexual callejero.

Estos tipos de comunicación evidenciadas a través de manifestaciones, comentarios y expresiones con contenido sexual agresivo se han ido constituyendo la manera más habitual de tratar a las mujeres cuando estas hacen uso de los espacios públicos, poniendo de manifiesto una fuerte invisibilización y minimización de la sociedad para verse como una problemática que afecta la vida diaria de las mujeres.

El “piropo” constituye una forma de comunicación oral, pero el significado de mismo ha ido decayendo por el tiempo, es común escuchar frases, silbidos o gritos vulgares en la calle, lo que ha originado una costumbre y naturalización no solo en las mujeres sino en la sociedad en general, evidenciando temor e incomodidad en las mujeres que son víctimas de estos hechos, la forma de vestir o el aspecto físico también es parte de la comunicación no

verbal puesto que es vista por la sociedad como la manera de ocasionar el acoso en las calles, lo que provoca expresiones u comentarios con contenido sexual afectando la integridad física y psicológica de la mujeres.

Los gestos con las manos, boca, cabeza, ojos y pies, son considerados como comunicación no verbal, las miradas incómodas, los “besos volados”, seguimiento a pie o en auto, son otra de las formas que se ponen en práctica en los espacios públicos de la ciudad, ocasionando el acoso sexual callejero.

Los estereotipos y sexismo, de cierta manera provienen de la cultura propia de cada individuo, formando parte del acoso callejero puesto que se ven reflejadas en la sociedad la cual contribuye a la práctica y creencias enraizadas en costumbres culturales. Los medios de comunicación también han aportado a la propagación y mantenimiento de estereotipos y sexismo a través de la publicidad, telenovelas y otros contenidos que son puesto a disposición de la audiencia, las cuales interpretan según la formación que les imparten las diferentes instituciones sociales.

Los estudiantes de secundaria en la edad de 15 a 17 años, son pieza clave dentro de esta problemática ya que están en proceso de formación, de tal forma es necesario conocer y determinar las distintas fases que se da el acoso callejero a través del análisis de la de la comunicación oral y no verbal que generan las personas con hábitos de acoso sexual callejero.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja tiene como objetivo la formación de profesionales, capaces de comprender e investigar y contribuir a las necesidades de la sociedad en la búsqueda de soluciones responsables, generando propuestas alternativas a los problemas sociales para el desarrollo integral de la sociedad, por ello es requisito y obligación de los estudiantes realizar un proyecto de tesis previo a la obtención del título profesional.

La carrera en Ciencias de la Comunicación Social está encaminada a la formación de profesionales, capaces de interpretar y ayudar a la solución en la problemática de la Región Sur, contribuyendo desde la investigación social, al accionar comunicativo y axiológico. De tal manera, he considerado realizar una investigación, con el tema: “ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN LAS PERSONAS QUE PRACTICAN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE LOJA, PARA DETERMINAR EL TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ESTOS GENERAN PARA CON SUS VÍCTIMAS MUJERES, ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SECCIÓN VESPERTINA DE LA CIUDAD DE LOJA, EN LAS EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 17 AÑOS, PERIODO MARZO – DICIEMBRE 2015” para ello, cuenta con todos los reglamentos y requisitos vigentes de la institución, exigencias académicas necesarias para obtener el título de tercer nivel en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social.

En este contexto es importante conocer que la comunicación oral y no verbal es esencial en las relaciones sociales para comunicarse con los demás y consigo mismo a través del habla y diferentes formas de movimientos del cuerpo que transmiten distintos mensajes, de tal manera estos mensajes no son interpretados del mismo modo por hombres y mujeres, siendo esta el motivo del análisis de las prácticas comunicativas de las personas que tienen hábitos de acoso sexual callejero hacia las mujeres cuando estas hacen uso de los espacios públicos de la

ciudad de Loja, puesto que dichas prácticas se han considerado naturales y se ha minimizado dentro de nuestra sociedad.

El “piropo” constituye una forma de comunicación oral, actualmente existe una tergiversación en cuanto a este término, debido a un proceso de desarrollo de la sociedad, relaciones humanas, medios de comunicación y particularmente de la televisión que sirven de aporte para adoptar ciertas costumbres a través de estereotipos y sexismo, situación que se debe a siglos pasados cuando el piropo era considerado una manera cortés o halagador, hacia las mujeres, por ello es necesario analizar su proceso histórico y su desgaste en tiempos actuales, para determinar vínculos con expresiones y gestos que son consideradas ofensivas.

En la ciudad de Loja existe un alto grado de historia y cultura que mantienen ciertas costumbres conservadoras, reflejadas en prácticas machistas, por ello con esta investigación se pretende analizar la comunicación oral y no verbal de las personas con hábitos de acoso callejero y determinar el tipo de prácticas comunicativas que generan en las mujeres, víctimas de este problema.

El propósito fundamental será poner en práctica, diferentes técnicas de investigación para la comunicación, que permitan recopilar la mayor cantidad posible de información a través de experiencias, testimonios y conversaciones con mujeres y hombres sobre esta problemática, para conocer las repercusiones que tienen este tipo de costumbres en la vida diaria de las mujeres que son víctimas de este dilema que afecta su integridad física y psicológica.

En cuanto a la información y conocimientos obtenidos de esta investigación, significarán un aporte valioso para la sociedad lojana sirviendo de apoyo para estudios posteriores sobre esta problemática, puesto que en la actualidad no se le presta el interés que requiere; debido a esta situación se viene contribuyendo a la invisibilización y naturalización del acoso en las calles de la ciudad.

Así mismo la investigación beneficiará a la sociedad lojana, ayudando a generar una conciencia social de respeto hacia la mujer, evitando que esta problemática se minimizada y naturalizada.

d. OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la comunicación oral y no verbal en las personas que practican el acoso sexual callejero en los espacios públicos de la ciudad de Loja, para determinar el tipo de comunicación que estos generan para con sus víctimas mujeres, estudiantes de secundaria sección vespertina de la ciudad de Loja, en las edades comprendidas entre 15 y 17 años, periodo Marzo – Diciembre 2015

Objetivos específicos

- Determinar el grado de relación que genera la comunicación oral y no verbal en la adopción de comportamientos relacionados al acoso sexual callejero.
- Estudiar las diferencias entre el piropo como práctica de comunicación oral y la tergiversación del mismo, para conocer las repercusiones que genera en las mujeres cuando se convierte en contenido sexual agresivo.
- Analizar las distintas formas comunicativas en que se da el acoso sexual callejero hacia las estudiantes secundarias de Loja, para determinar las causas del acoso callejero en su contra.
- Plantear alternativas que apoyen a enfrentar este tipo de prácticas sociales erróneas, con el fin de concientizar a la población acerca de la necesidad de aceptación para fortalecer la convivencia, el respeto mutuo y las relaciones sociales en los espacios públicos de la ciudad.

PREGUNTAS SIGNIFICATIVAS

¿Qué tipo de comunicación oral y no verbal se genera en los espacios públicos de la ciudad para determinar el desarrollo en la adopción de comportamientos relacionados con el acoso sexual callejero hacia las mujeres?

¿Qué elementos de la comunicación oral y no verbal inciden para que exista una tergiversación del piropo, transformando la práctica de este en contenido sexual agresivo por parte de las mujeres que lo reciben?

¿Qué repercusiones de carácter emocional, psicológico y social genera el acoso callejero en las mujeres víctimas de este problema?

¿Qué alternativas posibles se puede proponer desde el análisis de las prácticas comunicativas de las personas que tienen hábitos de acoso callejero para romper con la invisibilización y naturalización del mismo?

HIPÓTESIS

- Las prácticas de comunicación oral y no verbal de las personas que tienen hábitos de acosar a las mujeres cuando hacen uso del espacio público se presentan de forma natural que las sociedad no lo ha tomado como un problema que afecta integridad física y psicológica de las mujeres agravando seriamente la invisibilización y naturalización del acoso callejero en la sociedad lojana.

e. MARCO TEÓRICO

COMUNICACIÓN Y CULTURA

1. Comunicación

La comunicación se ha constituido en uno de los factores más importantes en la historia del ser humano, puesto que le ha servido para relacionarse, conocerse con los demás y consigo mismo, siendo la clave para el desarrollo de la sociedad. Fonseca, Correa, Pineda & Lemus (2011) afirman:

La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración, porque está sujeta a los cambios de pensamiento del hombre, a las modificaciones del lenguaje a través del tiempo y a los efectos que la misma dinámica del proceso va provocando en los individuos o grupos que interactúan. (p.5)

De tal manera la comunicación está apegada al avance y los cambios constantes que vive la sociedad, nadie puede existir sin comunicarse, debe hacerlo a través de signos, movimientos, señales para generar esa interacción individual o grupal.

A inicios del siglo XX se buscó definiciones para la comunicación humana, incluyendo sus principales características, uno de los pioneros y teóricos de la comunicación que llevo varios estudios respecto a esta ciencia fue Charles Horton & Cooley (citado por H. DeFleur, Kearney, Plax & L. DeFleur, 2005) define:

Por comunicación se hace referencia aquí al mecanismo a través del cual las relaciones humanas existen y se desarrollan (todos los símbolos de la mente, junto con los medios para transmitirlos en el espacio y preservalos en el tiempo). Esto incluye la expresión de la cara, actitudes y gesto, los tonos de voz, palabras, escritura, pintura, ferrocarriles, telégrafos, teléfonos y cualesquiera que pudiera ser los últimos logros en la conquista del tiempo y del espacio. (p.6)

Es decir por comunicación se entiende toda forma de expresión que el ser humano pone en práctica para relacionarse con lo que le rodea, utilizando distintos medios que son imprescindibles para comunicarnos con los demás de manera efectiva.

1.2 Cultura y Comunicación

La comunicación humana está ligada a las prácticas que surgen desde una cultura que nos permite o nos da la posibilidad de socializar diferentes destrezas comunicativas. Pascual (2010) habla sobre la comunicación humana:

La comunicación humana es una más de las fuentes que posee el ser humano. Por fuentes de conocimiento debemos entender aquellas prácticas (más o menos institucionalizadas), dentro de una cultura, cuyo objeto es la acumulación, la organización y la transmisión de las relaciones observadas en la naturaleza y la especie humana. (p.15)

Por lo tanto la comunicación humana está íntimamente vinculada a la transmisión de esas relaciones que se observan en la naturaleza y especie humana, las cuales se unen fuertemente por la cultura que posee cada individuo.

La cultura y la comunicación están estrechamente unidas, por sin sinnúmero de factores para que pueda relacionarse el ser humano con lo que le rodea. Toda forma de expresión representada por el hombre es parte de la cultura, para lo cual el antropólogo Edward Hall (citado por Martínez, 2012) habla acerca de esa cercanía estrecha que existe entre comunicación y cultura:

Lo que ha cambiado, lo que ha evolucionado y lo que es característicamente humano de hecho lo que concede al hombre su identidad sin que importe donde haya nacido es su cultura, el entramado total de comunicaciones; las palabras, las acciones, las posturas, los gestos, los tonos de voz, las expresiones faciales, la manera de manejar el tiempo, el espacio y los materiales, y la forma en que trabaja, juega, hace el amor y se defiende. Todas estas cosas y más constituyen los sistemas de comunicación significativos que sólo pueden interpretarse correctamente si se está familiarizado con el comportamiento de su contexto histórico, social y cultural. (p.40)

Es decir, las distintas formas de comunicarnos han sido y son puestas en práctica, para llevar a cabo una comunicación entendible y amplia que cada quien la interpreta de acuerdo a la cultura, costumbres y forma de vida en la que haya crecido.

Dentro de cada cultura existen dimensiones culturales que según Hofstede (citado por Moya & Rodríguez, 2011) están estructuradas de acuerdo al país al que pertenece cada

individuo, como actúa, piensa y siente para enfrentar distintos problemas fundamentales para su supervivencia, clasificándolas de la siguiente manera:

Individualismo-colectivismo: Individualismo pertenece a sociedades en las que los vínculos entre individuos son laxos, se espera que cada cual cuide de sí mismo y de su familia, mientras que el colectivismo pertenece a las sociedades en las que las personas desde que nacen se integran en endogrupos fuertes y coherentes, que a lo largo de sus vidas les dan protección a cambio de una lealtad incuestionable. Masculinidad – feminidad. Las culturas femeninas enfatizan la cooperación y el apoyo social y probablemente, refuerzan la expresividad. Mientras que las culturas masculinas enfatizan la competición y recompensas materiales y laborales y refuerzan la instrumentalidad. (p.36)

De acuerdo a estas dos dimensiones se establece diferencias o rasgos culturales, de las cuales sirve para comunicar y relacionarnos con los demás, analizando los niveles de interpretación desde los distintos grupos sociales, puesto que existen grupos con mayor vínculo de relación al momento de comunicarse y otros grupos no lo ven desde esa perspectiva.

Existen otras dos dimensiones como lo llama Hofstede, referentes al tipo de comunicación frente a los demás, sobre las relaciones de poder que unos ejercen sobre otros, ubicando variedad de significados de la forma de actuar, pensar y sentir propias de cada persona, arraigadas en la cultura del país o continente en el que viven.

Distancia de poder. Se refiere a la cantidad de diferencia y de respeto que se considera deseable entre superiores y subordinados y al grado en el que se aceptan las diferencias de estatus. Evitación de la incertidumbre. Hace referencia al grado en el que la gente se sienta amenazada por las situaciones ambiguas o desconocidas, las cuales intentan evitar por medio de códigos y creencias estrictas. Hofstede (citado por Moya y Rodríguez, 2011. P.36)

Los modos de relacionarse también tienen que ver con las prácticas comunicativas tanto verbales como no verbales, implicadas en el nivel de ejercer poder y generar ese poder con los demás a través de la comunicación, aunque queda claro que va a depender del lugar donde nos encontremos.

Respecto al lugar, cada país se constituye de acuerdo a normas, costumbres que comparten los individuos de una misma cultura, vinculadas a estilos únicos de comunicación así como lo denomina (H. DeFleur et al., 2005) sobre las relaciones de los Latinos y latinas a la hora de comunicarse frente a otras culturas.

Para el latino, la forma de expresión de una persona es con frecuencia más importante que lo que la persona dice. Los latinos son una “cultura de contacto”; es decir, se paran muy cerca el uno del otro y participan en un contacto físico más cercano de lo que otros podrían encontrar cómodo. Incluso cuando las percepciones estereotipadas del “machismo” no han sido completamente documentadas, los papeles sexuales tradicionales son fuertemente alentados. Mientras se espera que los hombres sean esposos, padres y proveedores, así como responsables y valientes, se desea que las mujeres reciban protección, que permanezcan más en casa y que alimenten y apoyen a su familia. (p.192)

La cultura Latina como lo describe el autor es una “cultura de contacto” que tiene fuertes vínculos con instituciones sociales y se maneja en grupos, para lo cual es necesario analizar de qué manera están constituidos estos grupos y que comunicación manejan.

1.3 Comunicación entre grupos

Para estudiar la comunicación que se da dentro de estos grupos es preciso citar la psicología social, como punto de partida para el análisis de los mismos, ya que permite estudiar los comportamientos sociales.

Allport (citado por Moya y Rodríguez, 2011) da una definición para quien los psicólogos sociales: “Intentan comprender y explicar cómo los pensamientos, sentimientos y conductas de los individuos son influidos por la presencia real, imaginada o implícita de los demás”. (p.24). De tal manera la psicología social analiza y estudia los distintos comportamientos que tiene el ser humano con el medio que le rodea, esta disciplina no está del todo sola comparte con otras disciplinas que sirven para entender la estructura social desde sus orígenes.

Al hablar de los pensamientos, sentimientos, conductas, es importante tomar en cuenta ciertos conceptos que reflejaran como está compuesta la sociedad través de grupos e

instituciones sociales, para lo cual el estudio desde la “concepción de los ordenamientos sociales” servirá para entender dicha estructura social.

De tal modo es necesario profundizar sobre la psicología grupal o dinámica de grupos que estudia la psicología social para conocer como esta estructurado un grupo humano, la teoría de LeBon (citado por Rojas 2009) define el grupo como masa desde el “alma colectiva” al respecto dice:

En algunas circunstancias, [...] una aglomeración de seres humanos posee características nuevas y muy diferentes de las de cada una de las personas que la componen. La personalidad consciente se esfuma, los sentimientos y las ideas de todas las unidades se orientan hacia una misma dirección. Se forma un alma colectiva, indudablemente transitoria, pero que presenta características muy definidas. La colectividad se convierte entonces en lo que, a falta de otra expresión mejor, designaré como masa organizada o, se prefiere, masa psicológica. Forma un solo ser y está sometida a la ley de la unidad mental de las masas. (p.14)

Al hablar de un alma colectiva se refiere a la variedad de características que tiene el ser humano y por lo tanto se juntan para formar un todo, encaminados hacia una misma dirección lo cual muestra la diversidad de diferencias que tenemos al momento de organizarnos de manera individual que solamente se refleja la fuerza de ese sentimiento e ideas dentro del grupo.

También existe una estructura de grupo que según Sherif & Sherif (citado por Rojas & Vivas, 2009) al respecto define: “la estructura de grupo se refiere a aquellas características singulares de un grupo que surgen en el lapso de las interacciones que llevan a cabo las personas y a las normas que regulan las relaciones recíprocas” (p.7). Puesto que en las diferencias se notan desigualdades por la influencia de las actividades e ideas que unos pueden tener sobre otros dentro del mismo grupo.

Lewin (citado por Munné, 2008) manifiesta lo siguiente sobre la dinámica de grupos:

Consideró que un grupo es un todo dinámico, con características distintas a las individuales de los miembros que lo componen. La dinámica del grupo, o sea las fuerzas que actúan en la acción del conjunto, puede investigarse y aprenderse experimentándola y para ser más exactos viviéndola de un modo experiencial. (p. 33)

Es decir el grupo es notable por las distintas particularidades individuales inmersas y evidenciadas en el grupo, las cuales van a depender por las experiencias de esos miembros individuales provenientes de diferentes lugares cuyas diferencias se pueden aprender a través de la interacción del uno al otro para consolidar ese todo llamado dinámica de grupos.

Existen otras definiciones de grupos e instituciones sociales desde la concepción sociología que comparte con la psicología social para dar una definición más amplia del ser humano con lo que le rodea de acuerdo a normas y conductas. Moya & Rodríguez (2011) habla al respecto:

Un grupo sociológicamente, es un conjunto de personas con valores, normas y expectativas similares que de una forma regular y consiente se relacionan entre sí. Otros aspectos definitorios de los grupos son el tener objetivos y metas comunes, un sentido de identidad compartido y que las interacciones estén estructuradas en función de las posiciones existentes en el grupo. Las instituciones sociales son patrones organizados de creencias de conductas que giran al alrededor de necesidades sociales básicas, una institución es un sistema de normas para alcanzar alguna meta o actividad que las personas consideran importante, o, más formalmente, un grupo organizado de costumbres y tradiciones centradas en una actividad humana importante.

El grupo se identifica por acercar al individuo con la demás sociedad amplia, teniendo en cuenta que debe cumplir con ciertas normas, valores y expectativas las cuales definen algunos elementos de la estructura social como roles y estatus. En cambio las instituciones sociales se distingue por analizar las costumbres y conductas dentro de los grupos, dichas instituciones básicas más importantes de la sociedad son la familiar, religiosa, gubernamental, económica y educativa, por lo tanto la institución familiar sirve como punto de partida para analizar ciertas normas y conductas.

La familia según la teoría de Freud (citado por Moya & Rodríguez, 20011) dice lo siguiente: “es el prototipo de sociedad humana y constituye el puente entre la psicología individual y la psicología grupal. En la concepción psicoanalítica, tanto el grupo como la sociedad presentan una gran similitud con la familia”. (p.33). Por lo tanto la familia representa esa identificación del grupo humano considerado como el primer molde de la

sociedad que se relaciona con la psicología individual y grupal repercutiendo en esa sociedad amplia.

Los roles de grupo también engloban mayor parte de la estructura social puesto que también se analiza desde la concepción sociológica que permite estudiar los comportamientos sociales de acuerdo a la posición que ocupemos para llevar a cabo ciertos roles. Vásquez (citado por Rojas & Vivas, 2009) cita:

Para que la máquina social funcione es imprescindible que cada una de sus partes se relacione, se acople y se conecte con el resto siguiendo un plan de ejecución. Huyendo inmediatamente de la metáfora mecanicista y traduciéndolo a términos sociales: cada uno/a de nosotros debe ocupar una posición social determinada, de forma que nos conduzcamos respetando unas normas sociales compartidas, y desarrollar un papel social según la red de relaciones que nos rodee. (p.9)

De tal forma el rol social se ve vinculada con una la posición social que cada quien debe asumir, respetando las normas sociales compartidas que están determinadas por la estructura social las cuales a su vez se ubican según la red de relaciones que nos rodee.

Para conocer el tipo de relaciones con la que interactuamos y compartimos ya sean individuales o grupales es preciso hablar de la comunicación como un elemento imprescindible, por lo tanto el análisis de la comunicación oral y no verbal se utilizará para hacer referencia a las relaciones existentes en el acoso sexual callejero dentro de los espacios públicos.

2. Comunicación Oral y No Verbal

2.1 Comunicación Oral

La comunicación oral es sin duda alguna, una de las herramientas de las cuales hacemos uso diariamente para comunicarnos unos con otros, se ha venido llevando a cabo desde hace siglo por nuestros antepasados y sigue teniendo cada vez más valor en sociedades actuales, además está vinculado con el lenguaje puesto que es el medio que sirve para comunicarnos los seres humanos. Halliday (citado por Álvarez, 2012) cita al respecto:

El lenguaje lo distingue al hombre de los animales: la aparición de la oralidad, como realización de la expresión, es muy antigua, y se corresponde con otras características de la especie humana, tales como el andar erguido y el uso de instrumentos, todo lo cual data de alrededor de un millón de años. (p.44)

Es por esto que el lenguaje es parte de la oralidad el cual se ha venido llevando a cabo desde hace tiempo atrás para que el ser humano pueda comunicarse y relacionarse con los demás, siendo esta la forma más eficaz que posee el hombre.

Calsamiglia & Tusón (citado por Álvarez, 2012) se refiere a la oralidad como el acto de establecer relaciones sociales: “La función principal de la oralidad consiste en permitir las relaciones sociales, pues la mayoría de actividades cotidianas se llevan a cabo a través de ella, tanto así que las relaciones se interrumpen cuando se deja de hablar a alguien” (p.44). Por lo tanto la comunicación oral tiene una función principal para permitir establecer relaciones sociales efectivas, y duraderas con los demás, teniendo en cuenta que no solamente posee esas ventajas al momento de comunicarnos.

Según Álvarez (2012) la oralidad es parte de la expresión, al respecto habla: “la oralidad es un sistema simbólico de expresión, un acto de significado dirigido de un ser humano a otro u otros, y es quizás la característica más significativa de la especie”. (p.45). De tal manera la comunicación oral desde este enfoque es una de las mayores características significativas que ha podido desarrollar el hombre para entenderse así mismo y a los otros.

A la comunicación oral también se suma la voz, los gestos como recurso de la expresividad que sirve para expresar algo de nosotros mismos (Fonseca et al, 2011) menciona al respecto:

La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante. La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes; lo apoyan y complementan.(p.17)

Tanto la comunicación oral necesita utilizar ciertas prácticas apoyadas en la expresividad que efectúa el hablante cuando hace uso de la misma, por lo que es evidente que se apoya en la comunicación no verbal, para llevar a cabo el proceso de comunicación.

Según el cuadro resumido sobre la comunicación oral de Chávez (citado por Fonseca et al, 2011) analiza las diferencias principales de la comunicación oral: “La comunicación oral es espontánea, se rectifica, es más reflexiva o razonada, utiliza modismos, dichos, etcétera. Hay acción corporal, se repiten palabras, es casi siempre informal, es dinámica, se amplía con explicaciones, rompe la sintaxis, utiliza nuevos significados” (p.14). Por lo tanto la comunicación oral difiere de otro tipo de comunicación porque se establece según el autor como la forma interactiva que conserva el ser humano al momento de llevar a cabo la comunicación, el lenguaje y la expresividad.

El habla de cierto modo es sinónimo de la comunicación oral puesto que a través de ella se ejercen los procesos comunicativos que influyen en la vida cotidiana de cada individuo. Según Santos (2012) se refiere al habla de la siguiente manera: “el habla se forja en el interior del individuo. Es pues, un acto dinámico en el que intervienen la intención, los saberes del hablante, su pensamiento y sus ideas” (p.120). Es decir el habla está relacionada íntimamente con la lengua puesto que depende de ella por la abundancia de palabras y sentidos que emplea el hablante, además evidencia ilación con los pensamientos e ideas, saberes, y la intención con la que lo dice para llegar a los demás por medio de la comunicación oral.

Otro de los párrafos que concuerda con el concepto anterior sobre el habla desde la visión de la psicología de la comunicación sobre la importancia significativa que tiene el que escucha. Martínez (2012) expresa : “al hablar, los sujetos ponen a disposición de otros algo de lo que piensan, sienten, temen o desean, haciendo así partícipes de su experiencia emocional y/o intelectual a quienes les escuchan” (p.14). De acuerdo a esta noción el

hablante comparte al oyente de lo que piensa, siente, desea, poniendo de manifiesto una carga emocional que comparte el habla cuando es emitida hacia uno u otros.

Existen diversos argumentos donde el habla es muy importante dentro de la comunicación oral que hacen partícipes a todos quienes escuchan y la ponen en práctica.

Santos (2012) habla al respecto:

Un ingrediente de enorme valía en la constitución del habla es la posibilidad de integrar, por ejemplo, palabras en otras lenguas, giros idiomáticos, figuras retóricas, dobles sentidos, en fin, toda una amplia gama de recursos que hacen que la evolución del habla marche muchas veces, dos pasos delante de lo que pueden aceptar y registrar las instituciones. (p.121)

Este ingrediente del cual comenta el autor es fundamental, ya que integra o da la posibilidad de integrar el habla a distintos recursos comunicativos como los dobles sentidos, dando interpretaciones diferentes de acuerdo a la forma de vida o institución social que pertenece cada ser humano.

Estas interpretaciones que forman parte de la comunicación oral, no se dan del todo de manera positiva como se analizó en conceptos anteriores, existen otras interpretaciones que están vinculadas a las emociones negativas que pueden llegar a tener cuando se menciona la oralidad como la agresión verbal dentro de la comunicación humana. Peisert (citado por Lisowska, 2010) se refiere a las agresiones verbales inmersas en la comunicación humana:

La agresión es un instinto innato, pero las maneras de expresarla se aprenden viviendo en la sociedad. Así, cada acto agresivo debe ser estudiado en el contexto social y cultural-normativo en que actúa el agresor, su víctima y/o el oyente observador. Cabe destacar que hay dos tipos de agresión: (a) la agresión originada por el enfado¹⁵ y (b) la agresión instrumental que se produce con la intención de conseguir algo a cambio. (p.6)

Por tanto la agresión verbal está enlazada con el contexto social y cultural de las cuales la comunicación oral a través del habla hace partícipe al oyente por todo el significado que esta encierra, puesto que el literal “b” está mayormente relacionada como el acto de comunicación verbal oral.

Para hablar de la agresión como acción verbal. Lisowska (2010) explica lo siguiente:

La agresión verbal, tanto la colérica como la instrumental, se enmarca dentro de lo que en psicología se llama la agresión psíquica. Se trata de una actividad verbal cuyo objetivo es destruir o herir el ego del contrario, y, según los estudios de la cortesía, deteriorar la imagen pública positiva de éste. (p.6)

Este concepto que si bien es cierto puntualiza la agresión como un acto verbal, se da con el único interés de herir la susceptibilidad de quien lo escucha acentuando nuevamente la oralidad para llevarlo a cabo.

El análisis que se le ha dado a la comunicación oral parte desde distintos enfoques tanto positivos como negativos, de los cuales es preciso para estudiar dicha comunicación en los espacios públicos y las repercusiones de las practicas orales o del hablante en dichos espacios, no solo las agresiones verbales, sino aquellas donde el hablante lo emite de manera camuflada con frases o expresiones “galantes”.

Para entender de mejor manera los tipos de comunicación que emplean las personas que realizan acoso sexual callejero en los espacios públicos, se hablara de la comunicación no verbal, puesto que servirá para analizar dichas prácticas.

2.2 Comunicación no verbal

La comunicación no verbal desde hace siglos ha representado la forma de comunicarnos a través de los gestos o movimientos del cuerpo, que son parte de la comunicación no verbal, puesto que se utilizarán para hablar de las distintas maneras de comunicarse en los espacios públicos.

Squicciarino (2012) habla sobre la comunicación no verbal:

La comunicación no verbal proporciona el feedback, fenómeno por el cual el emisor comprende la forma en que los demás decodifican el mensaje. Se utilizara como soporte y refuerzo del lenguaje verbal, o como su sustituto: es un instrumento primario que señala los cambios de características en el desarrollo de las relaciones interpersonales. (p.19)

Es decir la comunicación no verbal sirve como refuerzo de la comunicación oral, puesto que el emisor conoce el modo de comunicarse con los demás, poniendo de manifiesto el cuerpo a través de la postura, mirada, expresiones faciales, los gestos con la cabeza, manos, que contienen diversidad de significados a la hora de comunicarnos.

Para Squicciarino (2012) habla sobre la expresión del rostro, al respecto cita: “las expresiones faciales permiten el feedback y producen en la comunicación no verbal una especie de refuerzo o de puntualización visual que acompaña a las palabras, modulando sus significados. Naturalmente revelan los estados emocionales y denuncian nuestra actitud hacia los demás” (p.24). Por lo tanto las expresiones faciales están identificadas como comunicación no verbal que denotan comportamientos tales como felicidad, tristeza, deseo, enojo sin hacer uso precisamente de las palabras.

2.2.1 La Mirada o Contacto Visual

La mirada o contacto visual también hace referencia a la comunicación no verbal, ya que a través de ella se expresa un sinnúmero de mensajes. Davis (2010) define: “De alguna manera, el contacto ocular nos hace sentir vivamente abiertos, expuestos y vulnerables” (p.80). Es decir esta forma de comunicarnos nos permite identificar el estado de ánimo, al mismo tiempo contribuye a identificar la presencia de otros cuando estamos siendo observados, revelando cierta jerarquía de poder en ser el humano.

Squicciarino (2012) se refiere a la mirada de la siguiente manera: “el comportamiento visual presenta una gran variedad y complejidad; con los ojos del hombre puede observar atentamente, mirar de forma torva, dar una ojeada, contemplar, los ojos pueden hipnotizar, atraer, seducir, desafiar, esquivar, lanzar miradas de odio e incluso asesinar” (p.26). Por lo tanto la mirada es un ente poderoso en la comunicación no verbal, ya

que atribuye la forma más adecuada para percibir comportamientos no adecuados o no deseados invadiendo la privacidad del otro en caso de ser negativa.

2.2.2 Gestos y Movimientos del Cuerpo

Los movimientos del cuerpo y los gestos, tales como el de las manos, de la cabeza, es decir el lenguaje corporal que estos otorgan al ser humano, están sometidos a esa interacción que poseemos para comunicarnos ya sea de forma directa o indirecta. Squicciarino (2012) menciona:

Los gestos que expresan actitudes interpersonales van dirigidos al cuerpo de los demás: así las manos colocadas de forma oblicua con respecto al cuerpo denotan defensa, los movimientos inquietos de las manos o de las piernas representan generalmente el deseo de huir de la otra persona, la exposición de determinadas partes del cuerpo puede implicar una invitación sexual. (p.28)

Por tanto los gestos también varían según el sexo, edad, y la clase social que el ser humano ocupe en la sociedad, cada gesto representa distintos movimientos del cuerpo que son analizados de acuerdo al sistema cultural en que nos encontremos.

2.2.3 Disciplinas de la Comunicación No Verbal

Dentro de la comunicación no verbal existen disciplinas que sirven para determinar el comportamiento en el espacio en relación con la postura que obtiene cada individuo. La Kinésica como disciplina de la comunicación no verbal para Mancera (citado por Domínguez, 2009) define:

Es el estudio sistemático que hace referencia a los movimientos corporales no orales, de percepción visual y aquellas posiciones del cuerpo, ya sea de forma consciente o no, que poseen un valor comunicativo clave en el proceso de la Comunicación no Verbal combinado con la estructura lingüístico-paralingüística del hombre. (p.8)

Cabe señalar que esta disciplina pone de manifiesto la postura del cuerpo que el ser humano evidencia cuando hace uso de los espacios a través de los comportamientos o conductas de cada individuo y la disposición que tome el cuerpo del sujeto hacia otro individuo.

La proxémica también es otra de las disciplinas que estudia la comunicación no verbal. Domínguez (2009) define:

La Proxémica es la ciencia que estudia el conjunto de comportamientos no verbales que hacen referencia a la organización del espacio y se encarga de analizar el valor expresivo que el ser humano le confiere a dicho dominio. Dentro de éste ámbito de estudio podemos distinguir entre dos tipos de espacios. Por un lado encontramos el espacio físico o territorial y en segunda lugar, el espacio psicológico o personal. (p.16)

Esta ciencia analiza los distintos comportamientos de acuerdo al espacio físico y el espacio personal que varían de acuerdo a la cultura que posee cada individuo en relación a lo que se encuentra a su alrededor, es más está vinculado al dominio del sujeto que ejerce cuando se hace uso del espacio público.

En la comunicación no verbal también se establece la conducta no verbal, puesto que todos los seres humanos interpretamos de distintas maneras lo que nos rodea, no solo por cultura que se poseemos sino porque cada ser humano es totalmente diferente al otro en lo que piensa y siente. Hall (citado por Martínez, 2012) menciona sobre la conducta no verbal:

Debemos aprender a comprender los aspectos “no conscientes” de la comunicación. No debemos creer nunca que somos plenamente conscientes de lo que comunicamos al otro. Hoy en día se producen terribles distorsiones del significado cuando los hombres tratan de relacionarse. El trabajo de alcanzar la comprensión y la penetración de los procesos mentales de los demás es mucho más difícil de lo que la mayoría de nosotros quiere admitir. (p.37)

Según esta definición que hace Hall se debe estudiar pausadamente los distintos tipos de comunicación no verbal, puesto que difieren de la visión particular que tiene cada individuo, contradiciendo la infinidad de acepciones que existen en la comunicación no verbal.

3. Comunicación Oral y No Verbal en el acoso sexual callejero

3.1. El acoso sexual callejero

Tanto la comunicación oral y no verbal están inmersas dentro de las prácticas de acoso sexual callejero, puesto que la comunicación oral a través de los piropo o frases con contenido sexual agresivo ubican a la mujer como un objeto, ridiculizándola frente a los demás, así mismo la comunicación no verbal a través de diferentes posturas o movimientos del cuerpo hacen que la mujer se sienta rezagada de los espacios públicos

Este tema ha sido muy poco tomado en cuenta, en la actualidad ciertos estudios de Perú, Chile, Argentina que se han enfocado a analizar el acoso sexual callejero como un problema social que afecta la vida diaria de las mujeres cuando hacen uso del espacio público, en nuestro país los estudios de análisis y la influencia de los medios de comunicación sobre esta problemática aún son escasos, la invisibilización y naturalización sobre el tema por parte de las mujeres y la sociedad en general representa una problemática que aún tiene que ser analizada a profundidad.

El Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, ha dado prioridad al hablar de esta problemática en uno de sus estudios que sirve como un referente para tratar el tema de acoso sexual callejero puesto que se realizó en uno de los países de América Latina, definiéndolo de la siguiente manera:

Se puede definir el acoso sexual callejero como un conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, silbidos, sonidos de besos, tocamientos, masturbación pública, exhibicionismo, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un manifiesto carácter sexual. Estas prácticas revelan relaciones de poder entre géneros, pues son realizadas sobre todo por hombres y recaen fundamentalmente sobre mujeres, en la mayoría de casos desconocidas para ellos. Las realizan hombres solos o en grupo. (Vallejo & Rivalora, 2013, p.1).

Por ello las prácticas de acoso sexual callejero son puestas en práctica en su mayoría por hombres que no conocen a las mujeres, cuando ellas hacen uso del espacio público es

decir en la vía pública, transporte público o privado, etc. De manera ligera o fugaz que la mayor parte de la gente no lo alcanza a notar a excepción de la víctima, de tal forma esta rapidez contribuye a invisibilizar esta problemática en la sociedad. Gaytán (citado por Vallejo & Rivalora, 2013) sobre la invisibilización del acoso callejero menciona: “la rapidez con que muchas de estas prácticas suelen realizarse y la forma velada en que se presentan hacen que sean aparentemente intangibles” (p.1). De tal forma la mayor parte de la gente no lo nota e inclusive en sociedades como la nuestra ha sido tomada como una costumbre más y naturalizada por la sociedad en general y por las mismas mujeres como un tema del que no requiere una atención mayor.

La sociedad se ha hecho un cómplice pasivo de esta problemática puesto que ha dejado pasar por alto ciertos factores que han sido naturalizados, educando a las niñas desde pequeñas a sentirse protegidas por un hombre y guardar cierta prudencia al momento de vestir. Vallejo & Rivalora (2013) afirman:

Se les dice desde pequeñas cómo vestir para evitar la atención masculina, se le pide evitar ciertos lugares, se le pide no expresar abiertamente opiniones que la muestren como un sujeto sexual, con deseos y fantasías. Se educa a las mujeres para vivir evitando agresiones sexuales, y, si esta llegara a ocurrir aún con todas las “precauciones”, queda igual la sospecha de la culpa. (p.19)

La culpabilización a las mujeres es visible, siendo esta forma más la común de educar a edades muy tempranas sobretodo en sociedades Latinoamericanas, donde aún existen costumbres conservadoras y patriarcales.

3.2 Dominio del Espacio Público

El uso de estos espacios públicos se ve dominado por el sexo masculino, rezagando a la mujer a utilizar ciertos espacios y vestimenta: Falú (2009) afirma:

El espacio público sigue siendo masculino. La internalización cultural del espacio público o urbano como masculino, y por ello vedado para las mujeres, contribuye a que se sientan responsables cuando son víctimas de algún delito en la vía pública, por

circular en horarios considerados socialmente inapropiados o con determinada vestimenta. (p.23)

El empoderamiento de este espacio por parte de los hombres tiene como consecuencia culpa, temor e inseguridad en las mujeres, afectando su integridad física y emocional, debilitando la autoestima en las mujeres y profundizando el sentimiento de inseguridad en espacios públicos.

Gaytán (citado por Guillén, 2014) hace referencia al efecto negativo que tiene el acoso cuando son víctimas de estas prácticas, de tal forma, cita: “las mujeres acosadas desarrollan cambios a nivel psicológico y conductual como evitar caminar por determinadas zonas o modificar su forma de vestir, con la esperanza de reducir el acoso callejero” (p.9). Por ello el espacio público se ve quebrantado cuando existen manifestaciones degradantes y ofensivas hacia a las mujeres, por lo tanto toman medidas que les ayuden a superar esos momentos incómodos y desagradables.

La posición de una mujer frente a un hombre, donde la víctima ha sido ofendida o avergonzada, le da ventaja al acosador para que esta no le pueda reclamar o no pueda defenderse, haciéndole frente a la amenaza. Kearl (citado por Guillén, 2014) afirma:

Las mujeres que “ignoran” a sus acosadores pueden ver dañadas su autoestima y su salud, pues en muchos casos la respuesta al agresor no se da, debido a que la mujer se encuentra muy avergonzada por haber sido tratada de una manera degradante, así como por el miedo a sufrir de algún ataque físico, ante el cual la condición de la mujer la coloca en desventaja para un enfrentamiento. (p.6)

Esta toma del espacio público por parte del sexo masculino otorga a las mujeres una respuesta de inferioridad, por sentir su presencia en lugares inadecuados, horas no prudentes y con vestimenta no apropiada para ocupar dichos espacios, que solamente los hombres pueden o tienen el privilegio de usarlos sin temor hacer acosados.

Para comprender estas conductas en los hombres es necesario analizar una parte de la estructura del sistema patriarcal, imperante en distintos lugares del mundo como es el

machismo, que sirve para justificar el poder y protección de los hombres que son muy cercanos a ellas y así poder ejercer su postura de jefes y protectores de hogar.

De acuerdo a Stevens (citado por Vallejo & Rivalora, 2013) define el machismo como: “el culto a la virilidad y se caracteriza, entre otras cosas, por la agresividad e intransigencia exageradas en las relaciones de hombre a hombre, y arrogancia y agresión sexual en las relaciones de hombre a mujer” (p.9). De esta forma el machismo representa dominación, poder entre su mismo género y hacia el sexo opuesto, reflejando ciertos estereotipos sobre el sexo masculino y femenino que en gran medida han aportado y aportan los medios de comunicación sobre todo los medios televisivos ayudados por la imagen y sonido sobre el contenido del mensaje que se da a conocer a la audiencia.

La estructuración del espacio según Bourdieu está presente en la división sexual, en el cual la comunicación verbal y corporal también son participes en la estructuración de este espacio, al respecto, afirma:

La exclusión fuera de la plaza pública que, cuando se afirma explícitamente, condena a las mujeres a espacios separados y a una censura despiadada de cualquier expresión pública, verbal y aun corporal, haciendo de la incursión en un espacio masculino (como los alrededores de un lugar de asamblea) una prueba terrible, puede realizarse en otra parte casi con igual eficacia: de esta suerte, adquiere los visos de una agorafobia socialmente impuesta que puede sobrevivir largo tiempo a la abolición de las prohibiciones más visibles y que lleva a las mujeres a excluirse a sí mismas del ágora (citado por Vallejo & Rivalora, 2013, p.7)

La comunicación oral y no verbal está presente en los espacios públicos puesto que dicho espacio es aun dominado por el sexo masculino como se menciona el propio autor, dando como resultado que la mujer se sienta rezagada y guarde distancia de ciertos lugares que no considera la sociedad apropiados para ellas, quedando totalmente excluida del espacio que le pertenece al sexo masculino.

Para referirnos a la interacción en el espacio público y como lo perciben las personas cuando hacen uso de este, es necesario mencionar la proxémica como comunicación no

verbal que ayuda a identificar ciertas características en cuanto a las prácticas de acoso callejero

El antropólogo Edward T. Hall en 1959 usa este término Proxémica “para referirse al estudio de los patrones culturales que usamos para construir, manejar y percibir el espacio social y personal” (Rulicki & Chemy, 2007, p.38). Es decir el espacio está denominado según los patrones culturales que tiene cada individuo y se diferencia de acuerdo al lugar o territorio en que nos encontremos.

En la cultura Lantina el uso del espacio es más cercano a diferencia de otras culturas utilizando mayor contacto físico para comunicarse. Moral e Igartua (Vallejo & Rivalora, 2013) afirma:

De acuerdo con esta, las normas culturales hacen que las personas utilicen diferentes formas en el protocolo social y en la interacción pública. Así, puede observarse cómo en la cultura mediterránea, a diferencia con los países anglosajones y los nórdicos en general, existe un mayor contacto físico y proximidad en la vida social: en las calles, en los transportes, etc. (p.8)

Según este sistema de comunicación verbal el espacio social y personal corresponde a la manera particular de comunicarse, es por ello que en nuestro país esta forma de acercamiento es evidente, puesto que pertenecemos a la cultura latina, debido a cierto parentesco tanto en la conducta, costumbres y formas de vida.

Esta interacción en el espacio público también involucra al género, al momento de hacer uso de este espacio, porque existe cierto quebrantamiento por el sexo masculino con una fuerte dominación o adueñamiento de dicho espacio. Pérez y otros (citados por Benalcázar, 2012) sostiene:

El proceso de socialización masculino se manifiesta a través de una total apropiación del espacio público como su espacio natural. Las agresiones verbales y físicas sobre la mujer son una expresión de su masculinidad. Este aspecto dificulta que se entienda como violencia por parte de los hombres lo que las mujeres sí califican de esta forma: piropos, tocamientos, y demás formas de violencia en mayor o menor grado. (p.22)

De acuerdo a la apropiación del espacio público se registran ciertas formas de comunicarse, que provocan cierta violencia hacia las mujeres, lo cual para los hombres no es notable y forma parte de las costumbres propias de la cultura.

3.3 El piropo

Una de estas costumbres de la cultura, sobretodo de la época pasada que aún tiene vigencia en la actualidad, es el piropo: según el diccionario de la Real Academia española cambio el significado del piropo. Carvajal (214) afirma:

El Diccionario de la Real Academia Española, referente del uso del castellano que cobija a Suramérica, incluyó en su versión de 1843 la definición que mantiene hasta la última en 2011: “lisonja o requiebro”. Sin embargo, desde su primera edición en 1780, definía el término también como “el relumbrón de voces demasadamente cultas” en un sentido de uso metafórico que podría asociarse a la forma de piropo cortés o halagador; esta acepción desaparece en la edición de 1884. Para la versión de finales de 2014, la RAE cambiará la definición de esta palabra como lisonja después de 171 años. (p.28)

Este cambio de significado después de 171 años, aparece después de un cambio de época, debido a que en años pasados era algo común escuchar de forma creativa los piropos que se les decía a las mujeres, cuya tergiversación propia del piropo en la actualidad se debe al pasar de los años. Tillería menciona al respecto: “La urbanización y el sobrevenir de los años, generó un proceso de arrinconamiento y paulatina eliminación o re-significación los escenarios en donde se vivían los piropos, como una manera de expresar esa creatividad popular, porque el espacio urbanístico y arquitectónico puede representar el espíritu de una época” (citado por Belnalcázar, 2012, p.39)

La re-significación de los escenarios es justamente el cambio de época que vivimos, lo cual el piropo ya no tiene el mismo significado que tenía anteriormente, haciendo alusión al contexto patriarcal en el cual se produce para repercutir en el acoso callejero. Espinoza (2014) menciona:

El “piropo” se produce en un **contexto patriarcal**, de relaciones inequitativas y desiguales de género, en donde el acoso sexual callejero funciona como herramienta que sostiene las relaciones de poder entre hombres y mujeres al recordar a estas últimas su posición en la sociedad: objetos cuyos cuerpos son evaluables, tasables y penetrables. (p. 66)

Esta tergiversación del piropo ha sido analizada por la desigualdad de género que se produce al momento de ser emitido por el sexo masculino, ya que contrasta esa relación de poder que sale a relucir y hace referencia al cuerpo de la mujer como un objeto.

La masculinidad también se expone dentro del espacio público como una forma de comunicar y de sobresalir por sus palabras frente a otros hombres. Andrade afirma:

Los hombres construyen cotidianamente su masculinidad no solamente frente a mujeres, sino primordialmente frente a otros hombres. Así, generalmente los piropos ocurren cuando otros miembros del grupo masculino están presentes para atestiguar la creatividad verbal de quien lo lanza. Es cierto que la mujer es, en tanto objeto, la causa del piropo, pero la audiencia receptora es otra: es el grupo de amigos, y, por tanto, se busca efectivamente una validación de las habilidades masculinas no frente a la mujer sino frente a los hombres (citado por Benalcázar, 2012, p.34)

La creatividad verbal frente a los demás se manifiesta como un acto de sobresalir y de querer marcar su masculinidad para quedar o se bien vistos por el grupo de hombres que lo está observando, ubicando a la mujer en un nivel de inferioridad al ser uso del espacio público.

Sin embargo estas apreciaciones deben ser estudiadas y tomadas en cuenta dentro del contexto social en el que vivimos, porque sirven como referentes y se puede abordar ciertos aspectos que tienen similitud con el tema de estudio, las diferentes manifestaciones del piropo como tal, también deben ir acorde con las apreciaciones que tengan respecto a este, para poder determinar el grado de tergiversación que ha sufrido con el tiempo. La cultura también representa la forma adecuada para tratar el tema de estereotipos impartidos en sociedades como la nuestra.

3.4 cultura y género

Para adentrarse al tema de los estereotipos es necesario conocer que la cultura es la base de toda manifestación humana y que tiene una fuerte repercusión dependiendo de lo que sucede a nuestro alrededor.

La cultura es el gran conjunto de los conocimientos que una sociedad posee de sí misma y del entorno que le rodea. Es dinámica, rica y particular. Se manifiesta en las creaciones plásticas, las construcciones, la ciencia, la tecnología, las creencias, las costumbres y demás. (Gutiérrez et al., 2009, p.198)

La cultura está vinculada al concepto de identidad cultural y da posibilidad a los miembros de un determinado grupo social a reconocerse como tales, la conciencia es la que permite marcar diferencias con respecto a las demás culturas, y con ello la sociedad representará bienes culturales como expresiones materiales e inmateriales que sustentan la cultura, conformando la identidad, esta identidad cultural conlleva a la identidad de género (Gutiérrez et al., 2009). La cultura tiene un proceso el cual se desarrolla a través de una identidad de género que representa a un determinado grupo y evidencia las distintas fases que lo involucra, poniendo de manifiesto que se da de acuerdo al entorno social en que se encuentra.

El género está construido por diferentes procesos ya mencionados que van definidos de acuerdo al sexo masculino y femenino a los cuales se les asigna diferencias conforme a su entorno.

Mateos (2013) habla al respecto:

El género es una construcción arbitraria en la cual se asocian características socioculturales a los hombres y mujeres (sexo masculino y sexo femenino); el género es el resultado de una construcción social y, por ende, si hombres y mujeres en su misma categoría biológica son iguales, el género nos diferencia según la cultura, entorno y momento histórico en que nos desarrollamos. (p.89)

Es decir el género está asociado según la cultura, entorno y proceso histórico, no solamente se asigna o está relacionado con su aspecto físico o transformación que ha tenido durante este proceso histórico, sino más bien está conformado por la cultura y todo lo que nos rodea en donde se desarrolla cada individuo.

Altés & López (citado por Gutiérrez et al., 2009) la cultura también está relacionada con los estereotipos, de tal manera, cita lo siguiente: “Los estereotipos desde una perspectiva de investigación basada en los planteamientos socioculturales, viene vinculándose a la matriz social. Los estereotipos se aprenden con los procesos de enseñanza y socialización siendo reflejos del entorno del que surgen” (p.197). Por ello los estereotipos son transmitidos por lo que vemos y escuchamos de los demás, introducidos desde los procesos de enseñanza que tiene o aprendido cada individuo.

4. La imagen de la mujer en los medios de comunicación

4.1 Sexismo en los medios de comunicación

El sexismo en los medios de comunicación afecta a hombres y mujeres, determinado roles al sexo masculino y femenino en posiciones desiguales. Mateos (2013) define el sexismo como: “un prejuicio que consiste en creer que hay actitudes adecuadas o inadecuadas según el sexo de la persona. El sexismo genera discriminación y es negativo tanto para hombres como para mujeres, ya que reduce las posibilidades de ambos” (p.96). Los medios de comunicación se han encargado de fortalecer este elemento de estructura patriarcal a través de representaciones ya definidas para hombres y mujeres en cuanto a su capacidad física e intelectual, dando rasgos distintivos por ser de sexos diferentes.

Pero hay que reconocer que la mujer es la mayor utilizada para representar una imagen sexista, que de cierta manera ha reflejado inferioridad en cuanto a su género por tratarse de lo

masculino por encima de lo femenino, separando papeles y creando una especie de desigualdad entre los dos géneros.

Basado en la teoría feminista. Mateos (2013) dice lo siguiente:

El sexismo genera o conduce al machismo, el cual engloba el conjunto de actitudes, prácticas sociales y creencias destinadas a justificar y a promover el mantenimiento de actitudes discriminatorias contra las mujeres y el androcentrismo sitúa la visión masculina como centro del Universo, como medida de todas las cosas y representación global de la humanidad, ocultando otras realidades entre ellas, la de la mujer. (p.96)

Entonces, el sexismo se manifiesta como un modo de poder y superioridad hacia al otro sexo, en este caso la mujer, poniendo de manifiesto que el varón por ser de sexo masculino representa mayor capacidad para pensar y decidir, omitiendo la capacidad de pensar y elegir sobre lo que desea decir o hacer y alimentando esa concepción errónea en las mujeres que solamente a través de la belleza y el cuerpo se puede tener un estatus social aceptable para los demás.

Acaso, Altés, Bengoechea, De Miguel, López, Olabbarri (citados por Gutiérrez, Rodríguez & Gallego, 2009) sostiene: “El lenguaje de los medios, tradicionalmente sexista, refleja el mundo del que parte puesto que de una manera sutil reflejan un pensamiento, una manera particular de ver el mundo” (p.194). En este caso, el sexismo en televisión se ha convertido en uno de los mayores promotores para llevar a cabo el papel de la publicidad, cuyo objetivo representa de gran valor al momento de ofertar cualquier servicio, puesto que cada individuo ve el mundo de distinta manera e interpreta según su pensamiento, educación y valores.

Con respecto a este tema existen dos clases de sexismo: sexismo hostil y sexismo benevolente. Según Rottenbacher (citado por Guillén, 2014) “El sexismo hostil es la expresión drástica de prejuicio dirigido hacia la mujer se asociaría con frases despectivas y la idea de que la sexualidad de las mujeres puede ser utilizada con el fin de obtener algún tipo

de beneficio personal” (p.9). Este tipo de sexismo se ve reflejado en la practicas de ascoso sexual callejero cuyo aporte proviene de alguna manera desde los medios televisivos siendo uno de los primeros en mostrar a la audiencia frases ofensivas a través de la publicidad y programación que perjudica la integridad femenina, dando como resultado las insinuaciones de carácter sexual agresivo que las mujeres reciben cuando hacen uso del espacio público.

Glick & Fiske (citado por Guillén, 2014) por su parte menciona: “El sexismo benevolente se trata de un conjunto de conductas sexistas que buscan mantener una visión estereotipada de la mujer. Se trata de una visión paternalista, donde el hombre cumple el rol de protector” (p.10). El sexismo benevolente se ve ligado a la costumbre patriarcal imperante en sociedades pasadas y que tiene vigencia en la actualidad, donde la compañía del hombre se hace necesaria para que la mujer pueda sentirse segura.

El sexismo en los medios televisivos ha mostrado la imagen de la mujer como un tipo de superficialidad que está preocupada en su cuerpo y rostro convirtiéndola en una muestra de atracción y seducción hacia los hombres, dando como resultado los llamados estereotipos, evidentes en los programas y publicidad de la televisión actual.

En el medio televisivo, sobretodo en la publicidad la mujer es referente de mercancía visible y vendible ante los ojos de los demás y se la utiliza para actividades inferiores hacia el sexo masculino.

La publicidad sexista es aquella que utiliza la imagen de la mujer de una forma indigna, utilizando su cuerpo para llamar la atención, atribuyéndole trabajos “femeninos” o asignarles exclusivamente la capacidad de cuidado a terceros y al ámbito doméstico, entre otros. (Macho, 2014, p.17)

En gran parte la publicidad aporta a denigrar y discriminar a la mujer por ser de sexo femenino, formando una imagen preconcebida desde los medios televisivos en la mente de los espectadores.

4.2 Los estereotipos en televisión

En la actualidad los estereotipos representan una forma de identificación hacia ciertas características que son dadas por hecho sobre un grupo determinado, mostradas desde los medios televisivos como representación real de dichos grupos.

Morales & Rincón (214) afirma: “Los estereotipos son el conjunto de creencias positivas o negativas que caracterizan a un grupo social y que permiten incluir a las personas en diferentes grupos sociales” (p.518). En los medios televisivos los estereotipos representan la forma más adecuada para darle nombre a las cosas, asociándolos con una determinada imagen o concepción ya estructurada en la mente de cada persona, lo cual permite caracterizar y dar una jerarquía a un grupo social, dando por aceptada que esa caracterización representa a la mayoría como representativa de un determinado grupo, en este caso de género masculino o femenino.

Leñero (citado por Carmona, 2012) sostiene que los estereotipos en los medios de comunicación se “Los considera como la elaboración de conceptos e imágenes, frecuentemente de tipo ideológico, que simplifican y homogeneizan las ideas y las características que se atribuyen a personas, grupos y categorías sociales, a través de generalizaciones” (p.58). De tal manera los estereotipos en los medios de comunicación de masas están señalados por los roles ya asignados de cómo deben ser los hombres y las mujeres, sus características físicas, las relaciones de poder entre los dos géneros, limitando la capacidad de actuar frente a los demás, dándole esa facultad de presentarse o parecerse a los personajes que presentan los medios de comunicación en este caso aún más en la televisión.

Fajardo (citado por *Caldevilla, 2010*) argumenta que la mujer en la televisión aún se sigue representando con ciertas creencias sobre su género, al respecto cita:

La mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos” (p.75)

Todos estos estereotipos han sido asignados desde muchos años atrás por la misma cultura patriarcal que ha imperado en sociedades conservadoras como la nuestra, cuyo papel ha sido reafirmado aún más con la llegada de la televisión a través de los contenidos presentados a la audiencia.

La mujer sigue representada por la ternura, madre abnegada, reina del hogar, ama de casa, mujer objeto, que se le ha dado nombres por su misma condición de ser mujer que no tiene la capacidad intelectual suficiente como la de un hombre que está relacionada con la de un líder, capaz de decidir, como el hombre de la casa que ejerce su dominio hacia el otro sexo que es “débil”.

Aguilar, Altés, Bourdieu, Jung & Sánchez Bello (citados por Gutiérrez et al., 2009) los estereotipos en la publicidad son más evidentes en la televisión, dice:

Los estereotipos (ideas que se repiten y se reproducen sin variación en la publicidad desde el inicio de esta) están configurando el núcleo narrativo de la publicidad. Suelen ser considerados fenómenos negativos, por estar ligados a prejuicios sociales y con actuaciones que llevan comportamientos discriminatorios suponiendo una generalización y simplificación exagerada sin tener en cuenta la singularidad o individualidad de las personas. Dichos estereotipos tienden a infravalorar a la mujer, sobrevalorando el papel del hombre. (p.199)

De tal modo la publicidad es un promotor de dichos estereotipos provenientes de la televisión donde se puede ver y escuchar al mismo tiempo, poniendo de manifiesto el papel que juega la mujer en la sociedad y el papel de mayor realce e importante que juega el hombre en nuestra sociedad actual.

En la publicidad y programas de los medios televisivos la mujer se encuentra realizando las tareas domésticas y como un objeto sexual que le es otorgado por la imagen que se muestra para vender distintos productos comerciales, siendo imprescindible la presencia de la imagen

de la mujer para dar a conocer el mensaje a la audiencia, asociando que solamente su aspecto físico tiene importancia y mientras tanto su inteligencia queda desvalorada (Gutiérrez et al., 2009). Además es imprescindible nombrar que la belleza estereotipada en los medios televisivos representa la mayor atracción única para seducir y persuadir al televidente, dando como resultado una concepción errónea en las mujeres, haciéndolas creer que su rostro y cuerpo son lo más importante para obtener beneficios económicos y éxito social.

En el aporte de la creación de los estereotipos se encuentran géneros televisivos que han marcado la programación Latinoamérica y nacional, repercutiendo en la televisión local, la telenovela, las películas, los videos clip que han sido adaptadas en los medios televisivos han significado el trofeo mayor para la industria televisiva, obteniendo el rating necesario y rentable para llevar a cabo proyectos de este índole que son procreadores de los típicos estereotipos cuyo reflejo recae en la sociedad.

Uno de estos géneros televisivos que ha servido para generar rating es la telenovela, que es aparentemente el reflejo de las acciones de la vida real, pero que están cargadas de un sinnúmero de estereotipos que tergiversan la realidad social. Medina & Barrón (2010) afirma:

Las telenovelas responden al género de ficción que tiene su origen en Latinoamérica. Su rasgo característico es que son capítulos con historias continuadas que suelen durar varias temporadas. Los personajes de las telenovelas son simples y responden a estereotipos apasionados donde los sentimientos se convierten en el *leit motif* de sus acciones. (p.78)

Las telenovelas tienen contenidos que ubican a la sociedad en diferentes estratos sociales, clasifican por su color de piel, raza, sexo, el acento del habla, etc. Representado a la mujer como el premio grande al momento de ser conquistada por diferentes pretendientes que están listos para llevarse la recompensa, el papel de tierna, cariñosa, amable, mujer de casa, fiel, son algunos de los estereotipos que están presentes en las telenovelas actuales que no exactamente provienen de la realidad local sino son traídas desde afuera.

El Observatorio iberoamericano de la ficción televisiva, OBITEL 2014, integrado por 11 países entre ellos Ecuador, publica un estudio anual de la industria iberoamericana y promueve la formación de productores y creadores del área de ficción televisiva. En nuestro país la ficción televisiva que representa mayor porcentaje de audiencia son las telenovelas.

Las que más se exhibieron en 2013 como ficción importada fueron las telenovelas mexicanas, colombianas, seguidas de las brasileñas, con un alto grado de espectadores, cuyas temáticas fueron las relaciones interpersonales, tanto en la pareja, como en la familia, en el trabajo, vecindario, donde son evidentes los conflictos de clase. (Ayala, 2014). Los estereotipos están arraigados en este género ya que la población ecuatoriana no solamente consume producción nacional sino también en gran parte producción internacional.

La mujer es la imagen ideal para llevar a cabo esta representación, las temáticas más tratadas son de la mujer perfecta que vela por su familia y antepone la felicidad de los demás antes que la de ella, donde el líder y el que tiene mayor poder en la toma de decisiones, es el hombre, de tal manera que el sistema patriarcal y el machismo están presentes en la trama de las telenovelas, permitiendo que los estereotipos de mujer trofeo y mujer objeto sean los más visibles, en la televisión nacional repercutiendo en la televisión local con menor número de telenovelas proyectadas, pero que no deja de ser un trasmisor de estereotipos que impactan en la conducta, costumbres, y valores de los espectadores.

Los videoclip son una forma de vender publicidad a través de la imagen y sonido, en la televisión local los videoclip son utilizados como programación emitida en un horario asignado para entretener a la audiencia, los temas son dirigidos a ofertar a un cantante que se convierte en un ejemplo a seguir, imitados por la audiencia por su estilo de vida, manera de vestir, de hablar y su conducta. Macho (2014) afirma:

El videoclip es material publicitario no convencional, es decir, se trata de una forma de reinención de esta para poder llegar de forma más eficaz al público. El videoclip busca como público objetivo un sector joven de la sociedad que se identifique con la canción, o el artista y que consuma sus productos. De esta forma le influirá en la toma de decisiones respecto al tipo de música que escucha e incluso en aspectos más serios de su vida, como en formas de comportamiento o de vestir. (p.25)

Al dar a conocer un artista a través de los videoclip este opta por hacerlo de la manera más creativa posible, adquiriendo distintas formas de vestir, hablar y su comportamiento que le ayudaran a marcar su estilo propio dentro de la competencia musical.

Por ello la manera de atraer al público es mostrando imágenes que sean comerciales, y una de la imágenes más rentables, es la mujer, puesta como objeto sexual, utilizando su belleza física para atraer a los espectadores. La seducción, el coqueteo, utilizando la ternura y sensualidad de la mujer convierten en factor preponderante a la hora de ofertar su producto, dando como resultado la denigración hacia el sexo femenino que una vez más es exhibida como un objeto que está solamente para atraer a alguien, haciendo uso de sus dotes físicos sin tomar en cuenta su inteligencia para pensar y actuar de forma sobresaliente. Aguilar (citado por Gutiérrez et al., 2009) al respecto menciona:

Los videoclips musicales es también altamente significativo en lo referido al culto del cuerpo, sobre todo en el caso de los promocionales de algunas autoras donde hay una superabundancia de angulaciones exageradas, composiciones muy forzadas a través de las líneas de composición dirigiendo la atención del espectador con escorzos, planos muy cortos de los glúteos descritos milimétricamente en ocasiones utilizando movimientos de cámara casi a cámara lenta, en los que se destacan los movimientos corporales para potenciar la fuerza sexual que conllevan. (p.196)

El culto del cuerpo está relacionada con la forma de mostrar tanto lo femenino y masculino resaltando las características más llamativas del hombre y la mujer, la cámara tiene gran importancia en la lectura de la imagen puesto que tiene una narrativa para que pueda llegar el mensaje de forma esperada por quien lo produce, convirtiendo a la mujer como un ente sobresaliente para ser utilizada como objeto de consumo y un trasmisor de seducción, su cuerpo y rostro representan lo llamativo a la hora de captar la atención a través de la cámara para ser presentado a la audiencia.

El cine y la televisión se han conjugado para mostrar una realidad social apartada, a través de las películas en su mayoría transmitidas en los medios televisivos locales como una demostración alejada de lo que somos, existe una larga lista de películas que no exactamente representan lo local o nos identifican como tales, sino más bien muestran realidades, costumbres y valores de países extranjeros que no tienen nada que ver con la identidad propia, inspiradas en acontecimientos desconocidos e imaginarios que en cierta forma no constituyen una realidad social nuestra, al ser contenidos desde la industria hollywoodiense que arrasan con el cine nacional, regional y por ende con la cultura, valores, y conductas de cada individuo.

Comparato (2014) afirma: “el cine y la televisión son dos versiones, tecnológica y socialmente distintas, de un mismo lenguaje, que se define por un cierto tipo de combinaciones entre palabras, música, ruidos, menciones escritas, imágenes en movimiento” (p.17). Es por ello que tanto el cine y la televisión son diferentes pero adaptados por la nueva tecnología para que la audiencia pueda observar desde la comodidad de sus domicilios, pero dejando de lado la importancia de sus contenidos que son transmitidos de manera general para todo tipo de público y no son tomados en cuenta por la diferencia cultural.

La implantación de la diferencia de culturas, costumbres y valores proviene del cine estadounidense destinadas en su gran mayoría a las audiencias Latinoamericanas y obteniendo ganancias rentables a través de las películas que son puestas en la televisión local como programación del canal, reflejando un alto grado de estereotipos marcados y contenidos tergiversados por la industria cinematográfica estadounidense.

Los análisis de contenido de los autores clásicos en el imperialismo cultural de los setenta y los ochenta, por su parte, concluyeron que los mensajes estadounidenses reflejaban exclusiva o predominantemente significados ideológicos hegemónicos con claro potencial de impactar y manipular a las audiencias latinoamericanas. (Lozano, 2008, p. 68)

Es por ello que los análisis del contenido de los mensajes han dado como resultado el impacto y manipulación hacia la audiencia latinoamericana, desplegando o imponiendo ciertos estereotipos latentes en las películas de estilo hollywoodense, respecto a la raza, color de piel, clases o estatus social, sobretodo del hombre y la mujer. Estos últimos hacen referencia a la asignación de roles de sexo masculino y femenino, como la belleza física y trato delicado para la mujer, el conquistador, fuerte, poderoso, arriesgado, seguro es para el hombre, esta asignación de roles en las películas estadounidenses también repercuten en aquellas que no exactamente son estilo hollywoodense sino que más bien su estilo ha sido copiado aduciendo que este estilo es que más vende.

Los estereotipos se ven esclarecidos por distintos formatos que muestra la televisión nacional y local, cuyo destino impacta de alguna manera en la vida, costumbres, valores y conductas de la audiencia de los cuales la gran mayoría de familias ecuatorianas tienen televisión en sus hogares, empezando por la sala de la casa, cocina y un televisor en cada dormitorio si es preciso, es decir el medio televisivo se encuentra presente en la vida cotidiana de manera que convive y comparte los mensaje y contenidos televisivos, por lo tanto ¿representan un impacto latente para cambiar conductas o comportamientos en la audiencia? ¿Son ellos lo que aportan en la adopción de hábitos de acoso callejero mediante sus contenidos?

4.3 la publicidad en medios televisivos

La publicidad constituye uno de los elementos importantes dentro de los medios televisivos porque permite transmitir mensajes que persuaden al televidente, para obtener ciertas respuestas u acciones al momento de elegir un bien o servicio. “La televisión es el medio que mejor define que es la publicidad. Gracias a la estimulación multisensorial, la publicidad constituye la clave de financiación de la industria comunicativa en general y de la

televisión en particular” (Degrado, 2005, p.3). Por lo tanto la publicidad se convierte en un mensaje cuidadosamente elaborado para persuadir en el espectador y este a su vez despierta estímulos que provocan una la reacción inmediata a lo hora de adquirir cualquier producto o servicio.

Según Martí (citado por Degrado, 2005) la publicidad utiliza diferentes medios para que el mensaje pueda llegar al sujeto, en relación a esto, cita:

La publicidad es una política de marketing que supone un proceso de comunicación entre la empresa y su mercado de forma que, utilizando distintos medios, se hace llegar al público considerado mensajes sobre productos, servicios o ideas con el objeto de influir en su compra o aceptación. (p.259)

Para que se pueda lograr el resultado adecuado, el mensaje debe tener una relación en cuanto a la forma, color que se va utilizar en el producto, la presentación y elegancia deben marcar detalles significativos al momento de ofertar un servicio o producto.

En cuanto a la publicidad en televisión una de las mayores imágenes que se utiliza es la mujer, como sinónimo de belleza y atracción de sus tributos femeninos, según Martínez (2010) “Al hablar de belleza, hay que tener en cuenta en primer lugar que, en la sociedad de consumo, la noción de lo bello ha ido perdiendo su carácter trascendental para reducirse a lo más material y tangible” (p.259). De tal forma el uso de la mujer en la publicidad de los medios televisivos ha ido formando mensajes tergiversados en cuanto su cuerpo y belleza, creando conceptos de la mujer, tratada o vista como objeto sexual.

Para Escola (citado por Martínez, 2010) la belleza femenina está enfocada en su aspecto físico, al respecto, menciona: “la publicidad valora en demasía todo lo referente al aspecto externo (fortaleza en el caso del hombre, belleza en el caso de la mujer) en detrimento de cualquier tipo de cualidad intelectual” (p.259). La televisión valora demasiado este componente, otorgando el privilegio de inteligencia solamente al hombre, mientras tanto

la mujer contribuye con la apariencia física, rezagada del campo intelectual, sustituido por su cuerpo y su rostro, poniendo en evidencia que la inteligencia les pertenece a los hombres, de este elemento, la publicidad en los medios televisivos se ha encargado de imponer su propia fachada.

Este fenómeno está presente tanto en la televisión local como nacional, existe el un alto grado de publicidad que utiliza la imagen de la mujer para vender a través de los medios televisivos. Partiendo desde los conceptos anteriores, la imagen de la belleza se representa como una forma de inferioridad hacia la mujer dando como resultado un sexismo imperante dentro de nuestra sociedad, tomando en cuenta que viene desde un proceso histórico como es el patriarcado, que tiene sus orígenes en la sociedad conservadora a través de la religión.

f. METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Métodos

La siguiente investigación tiene métodos cuantitativo y cualitativo debido a que servirán para demostrar resultados acorde a las técnicas e instrumentos para la obtención de información que se aplicaran dentro del estudio.

El método cuantitativo se fundamenta en la medición de características de los fenómenos sociales con base numérica y el análisis estadístico. Este método tiende a generalizar y a normalizar resultados estableciendo patrones de comportamientos que son útiles para la obtención de resultados objetivos.

El método cualitativo su objetivo no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, de tal manera este método se pondrá en práctica para obtener los diferentes puntos de vista de los participantes como sus experiencias, emociones, testimonios es decir descripciones detalladas sobre su conducta, interacciones, manifestaciones sobre el tema.

Los estudios descriptivos se basan en especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Además describe tendencia de un grupo o población, puesto que puede ofrecer información acerca del comportamiento, actitudes u otras características de un grupo determinado.

Este tipo de estudio permitirá mostrar con precisión los diferentes aspectos del contexto o situación de la investigación, describiendo de mejor manera los distintos tipos de comunicación oral y no verbal de las personas que realizan acoso sexual en los espacios públicos de la ciudad, asimismo sirvira para describir de mejor manera los testimonios y

experiencias de las estudiantes que han pasado situaciones de acoso sexual callejero, este tipo de análisis podrá evidenciar a través de la observación a dos estudiantes mujeres del Colegio Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora de 15 y 16 años de edad, en las calles del centro de la ciudad y en el transporte público, para identificar el comportamiento, gestos con el cuerpo por parte de los acosadores, además en los grupos focales permitirá analizar y describir los distintos gestos con el cuerpo al momento de contar experiencias que habían visto, recibido o escuchado.

El análisis de discurso, método de las ciencias sociales que está siendo tomado en cuenta para estudios de la conversación orales y escritos, es decir permite analizar la intencionalidad con la que se describe o se narra la conversación o texto, sobretodo la importancia del mensaje y sus significados.

De tal manera este método permitirá interpretar los distintos tipos de comunicación oral y no verbal, que se efectuaran dentro de los grupos focales a los estudiantes de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora, a través de los testimonios y entrevistas; el análisis de discurso sirvira para organizar y analizar los diferentes frases y palabras que tienen características que contienen características de carácter sexual agresivo.

Técnicas de recolección de información

Grupos focales

Los grupos focales es una técnica que sirve para observar e interpretar las diferentes formas de expresión oral y corporal que nos permitirán identificar el grado de reacción de los adolescentes frente al tema. Las experiencias, testimonios, también constituyen una aporte de esta técnica, ya que las vivencias de las víctimas y de los practicantes representan el reflejo de lo que se pretende alcanzar con la investigación, esta técnica será aplicada a los estudiantes de secundaria tanto hombres como mujeres.

La observación

La observación es otra de las técnicas del método cualitativo puesto que permitirá observar las actitudes e identificar el grado de interactividad y relación de los adolescentes, categorizado por la edad, sexo y el grado de influencia sobre los demás compañeros, la observación servirá también para arrojar resultados a través de videos para determinar el acoso callejero utilizando a las chicas cuando salen a la calle, lo cual se hará un seguimiento con cámaras ocultas para medir el grado de acoso, y así poder conocer la edad y conducta de los acosadores.

Entrevistas semiestructurada

Las entrevistas servirán para recolectar información de los acosadores respecto a la forma de expresar sus comentarios hacia las mujeres, tomando el punto de vista sobre si les parece adecuado o no, realizar estos tipos de prácticas, de tal manera servirá para determinar si las chicas les parece apropiado o no que les digan dichas frases, las entrevistas también se llevarán a cabo a especialistas, psicólogos que conocen sobre el tema para que pueda dar mayor profundidad a la investigación, esta técnica se aplicara a los hombres de diferentes lugares para conocer su criterio y a especialistas que conozcan sobre el tema.

Encuestas

Es otra de las técnicas para la recolección de la información cuyo objetivo es obtener información de las personas sobre determinado tema a través de un conjunto de preguntas. Las encuestas las utilizaremos para conocer los diferentes puntos de vista de un mayor número de personas, obteniendo significativos conocimientos en cuanto al tema, apoyadas y relacionadas con las entrevistas antes mencionadas. La encuesta serán a estudiantes con preguntas claras para que las personas encuestadas puedan responder adecuadamente, además

esta técnica será aplicada únicamente a estudiantes mujeres de 15 a 17 años de edad de los colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora.

g. CRONOGRAMA

Actividades 2014-2015	Ener	Febr	Mar	Abril	May	Juni	Julio	Agost	Sept	Oct	Nov.	Dic.
Elaboración del proyecto	XX	XX										
Presentación del Proyecto			XX									
Corrección Proyecto			XX	XX								
Aprobación Proyecto				XX								
Inv. campo					XX	XX						
Tab. Análisis Resultados							XX					
Elaboración y diseño de la Propuesta							XX	XX				
Aprobación del informe final									XX			
Arreglos y Empastado de tesis.										XX		
Aprobación de Tesis											XX	
Designación de tribunal											XX	
Sustentación Pública de Tesis.												XX

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

1. Recursos humanos

- Postulante a la graduación.
- Director de tesis.
- Estudiantes y autoridades de los Colegios Adolfo Valarezo y Beatriz Cueva de Ayora. .

2. Recursos materiales

- Computadora.
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Cámara fotográfica.
- Videocámara.
- Hojas de papel bond.
- Internet.
- Bibliografía.
- Esferos
- Cartulina

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO
SUMINISTROS DE OFICINA		
1	Caja de esferos	3,00
2	Cartucho de tinta negra	20,00
1	Cartucho de tinta a color	20,00
500	Copias	20,00
2	Flash memory	15,00
1	Empastado	12,00
1	Anillado	5,00
TRANSPORTE Y MOVILIZACION		
	Comida	40,00
	Transporte publico	20,00
	Imprevistos	100,00
TOTAL		255,00

3. Financiamiento

Los gastos que demande el presente trabajo serán financiados por el autor.

i. BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, A. (2014). Ecuador: se dicta la ley, crece la ficción, se desafía la creatividad. En L. Paim (Ed), *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014* (235-263). Porto Alegre: Sulina
- Álvares, A. (2012). *Poética del habla cotidiana*. Merida, Venezuela: Copyright
- Benalcázar, M. (2012). *Piropos callejeros: disputas y negociaciones*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, Quito.
- Comparato, D. (2014). De la creación al guión: Arte y técnica de escribir para cine y televisión. Recuperado de http://books.google.es/books?id=A5NIBQAAQBAJ&dq=la+pel%C3%ADculas+transmitidas+por+la+televisi%C3%B3n&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Carmona, S. (2012). La importancia del contenido en el mensaje. Perspectiva de género en los medios de comunicación. La revista *Cofactor*, 3(5), 54-73.
- Caldevilla, D. (2010). Estereotipos femeninos en series de TV. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 111, 73-78.
- Carvajal, S. (2014). *El piropo callejero: acción política y ciudadana*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Degrado, D. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación 25, 2, 3-4. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2925976>
- Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Madrid, España. Editado y maquetado por FGS
- Domínguez, R. (2009). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y Palabra*, 70, 2-28. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/REYES_REVISADO.pdf
- Espinoza, M. (2014). *¿Galantería o acoso sexual callejero?*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Falú, A. (2009). Violencias y discriminaciones en las ciudades. En P. Matta (Ed), *Mujeres en la ciudad de violencias y derechos* (15-37). Chile: Impresión: LOM Ediciones. Sólo actúa como impresor.

- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M., & Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México. Pearson Educación
- Gowan, Jhon. (2003). La televisión en América Latina y El Caribe. En E. Jaramillo (Ed), *Evolución y Retos de la televisión* (p.35). Quito: *Editorial "Quipus" CIESPAL*
- Guitiérrez. B., Rodríguez. M., & Gallego, C. (2009). La construcción sexista de la imagen en los medios televisivos. *Revista icono* 14, 7(3), 191-209.
- Guillén, R. (2014). Acoso sexual callejero y sexismo ambivalente en jóvenes y adultos jóvenes de Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
- H. DeFleur, M., Kearney, P., Plax, T., & L. DeFleur, M. (2005). *Fundamentos de la Comunicación humana*. México. The McGraw-Hill Companies
- Lozano, J. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. *Comunicar*, 30(15), 67-72. doi:10.3916/c30-2008-01-010
- Lisowska, M. (2010). La expresión verbal de las emociones negativas: el caso del insulto. *Estudios Romanica Posnaniensia*, 37(2), 3-13. Recuperado de https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/bitstream/10593/2555/1/37_2%2001%20M.%20Lisowska.pdf
- Martínez. E. (2010). Los ojos femeninos en la publicidad audiovisual. *Revista icono* 14, 8(3), 257-266.
- Mateos. A. (Ed). (2013). *Programa socioeducativo para la prevención de la violencia de género en parejas adolescentes*. Madrid: Pirámide
- Macho, B. (2014). *Sexismo en videoclips. Análisis de los videos musicales en los 40 Principales*. Universidad de Valladolid, España.
- Morales, A., & Rincón, J. (2013). Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13(2), 517-527. doi:10.11144/Javeriana.UPSY13-2.ergu
- Medina, M., & Barrón, L. (2010). La telenovela en el mundo. *Palabra Clave*, 13(1), 77-97.
- Medrano, C., Cortés, P., & Palacios, S. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación*, 342, 307-328.

- Martínez, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Barcelona, España: Departament de psicología básica
- Moya, M., & Rodríguez, R. (2011) *Fundamentos de la Psicología Social*. Madrid, España, Pirámide
- Media, E. (Ed). (2009). *Dinámica de grupos*. Barcelona: *Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya*
- Munné, F. (2008). La psicología social como ciencia teórica. *Edición Online. Recuperado de <http://www.portalpsicología.org/pdfs/2008Munne.pdf>*.
- Orozco, G. (2010). *Televisión y audiencias*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=T27ssnbDo3EC&dq=teor%C3%ADas+sobre+la+televisi%C3%B3n&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Pascual, M, (2010) *Fundamentos de la comunicación humana*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ECXX3haWfvQC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Comunicaci%C3%B3n+Oral:+Fundamentos+y+Pr%C3%A1ctica&ots=xxmjfJk8MA&sig=vIfSbFF3qBm74mr7p6Iu-BbhXqg#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20Oral%3A%20Fundamentos%20y%20Pr%C3%A1ctica&f=false>
- Rulicki, S., & Chemy, M. (2007). *Comunicación No Verbal*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=ui7ZKBtZQQ0C&dq=la+comunicaci%C3%B3n+no+verbal+prox%C3%A9mica&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Rosique, G. (2009). La emergencia de las Asociaciones de Telespectadores en el escenario audiovisual. En P. Crespo (Ed). *Telerrealidad: el mundo tras el cristal* (pp.142-143). Sevilla: *Comunicación Social*.
- Santos, V. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. México: Red tercer milenio S.C.
- Squicciarano, N. (2012). *El vestido habla*. Madrid, España. Cátedra.
- Vallejo, E., & Rivalora, M. (2013). La violencia invisible: acoso sexual callejero en Lima Metropolitana y Callao. *Serie Cuadernos de Investigación*, 4, 1-22.

ANEXO 2: FICHAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA GRUPOS FOCALES

FICHAS
<p>Metodología: para conversar sobre el acoso sexual en espacios públicos, el perfil de los participantes se registró a partir de un primer encuentro que se tuvo anteriormente para medir de manera rápida qué participantes eran los que más aportaban al tema; a través de una lista específica se eligió como máximo 12 participantes y mínimo 9 o 10. El segundo encuentro fue mixto, para ello se colocó frente a frente tanto a hombres como mujeres, con el fin de observar las reacciones de hombres y mujeres al momento de conversar sobre el tema.</p>
<p>Objetivo: Recopilar información sobre los distintos casos y experiencias de acoso sexual callejero, para conocer las reacciones y percepciones que tienen acerca del tema.</p>
<p>Integrantes: Se realizaron 3 grupos focales con primeros, segundos y terceros de bachillerato del Colegio Beatriz Cueva de Ayora y Adolfo Valarezo de la ciudad de Loja, en las edades de 15, 16, 17 años.</p>
<p>Variables:</p> <ul style="list-style-type: none">Conocimiento sobre el temaOpiniones sobre el piropo y frases como comunicación oralTipo de acoso que han visto o han experimentadoSensaciones o reacciones frente a acoso callejeroAcciones realizadas por los acosadoresCambio de roles e identificación de la comunicación no verbal.

ANEXO 3: PLANIFICACIÓN PARA LA RECOPIACIÓN DE LOS GRUPOS FOCALES

Metodología	Guía de tópicos o temáticas	Material estimulador	Cambio de roles
<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo: 1 hora a 2 horas en la mañana • El grupo será mixto, cinco o seis mujeres y cinco o seis hombres. • El lugar de los grupos focales será fuera de clases en un salón de la institución. • Al momento de entrar al lugar de la reunión se hará pasar primero a las mujeres. • Se ubicará dos filas tanto de hombres como mujeres, es decir frente a frente. • Para el cambio de roles se les permitirá realizar parejas según su grado de confianza para que puedan recrear las escenas. 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo definen el acoso sexual callejero? • ¿Qué tipo de acoso callejero son los más habituales que ustedes han visto o han experimentado? Numérelos • ¿Las personas que lo practican lo hacen solos o en grupo? • ¿Cuándo lo hacen solos a que creen que se deba? • ¿Cuándo lo hacen en grupo a que creen que se deba? • ¿Es necesario que las mujeres estén acompañadas cuando salen a la calle o van en el transporte público? ¿Por qué? • ¿Para no recibir acoso a qué hora es conveniente salir? • ¿Qué sienten cuando ven, escuchan o experimentan acoso callejero? • ¿Las frases, comentarios o piropos en su mayoría son halagadores o agresivos? • ¿Qué tipo de acción de los acosadores que han visto o han experimentado consideran ofensiva o irrespetuosa? 		<p>Servirá para evidenciar las reacciones que tienen los chicos y chicas cuando cambian papeles, poniéndose en el lugar del acosador y de la víctima.</p>

ANEXO 4: FICHA DE OBSERVACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL FICHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN			
DIARIO DE CAMPO PARA LA OBSERVACIÓN			
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Lugar:	Fecha:	Hora:	
2. ACTIVIDAD OBSERVADA			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Dimensión: Lenguaje verbal	Categorías: Comunicación no verbal	Sub categorías: Manoseos	Detalle:
		Roces	
		Punteos	
4. DESCRIPCIÓN		5. ANÁLISIS	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL FICHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN			
DIARIO DE CAMPO PARA LA OBSERVACIÓN			
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Lugar:	Fecha:	Hora:	
Calles:			
2. ACTIVIDAD OBSERVADA			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Dimensión: Lenguaje verbal.	Categoría: Comunicación oral y no verbal	Sub categoría: Piropos	Detalle:
		Frases	
		gestos	
		Miradas lascivas	
		silbidos	
4. DESCRIPCIÓN		5. ANÁLISIS	

**ANEXO 5: PLANIFICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS
SEMIESTRUCTURADAS A ESTUDIANTES Y ESPECIALISTAS**

Personajes o publico	Preguntas	Materiales
Mujeres	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué piropos, frases o comentarios te han hecho cuando caminas por la calle, estas en un parque, o en el transporte público? 2. ¿Te han dicho o han hecho alguna vez, algo que te haya gustado, te haya hecho sentir bien o te haya hecho sonreír? 3. ¿Has escuchado, visto o experimentado silbidos, miradas lascivas, frases, piropos, comentarios, gestos con la boca (que hacen alusión al cuerpo o son groseros) cuando estas en lugares públicos como: la calle, parques, plazas, transporte público? 4. ¿Has escuchado hablar sobre acoso sexual callejero, en redes sociales, radio, televisión, periódico o en alguna conferencia, seminario, en clase, con los amigos, con la familia? 5. ¿Te has fijado en los gestos de las personas cuando tú pasas por estos espacios públicos, podrías explicarlos? 6. ¿Cuándo realizan este tipo de prácticas, lo hacen solos o en grupo, que edad tienen aproximadamente? 7. ¿Qué reacción muestras cuando recibes acoso en espacios públicos? 8. ¿Qué tipo de medida tomas para evitar ser acosada? 9. ¿Podrías contar una experiencia acerca de esto? 10. ¿Qué consejos darías para evitar ser acosada? 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuaderno de campo -Grabadora -Guía de ítems.
Hombres	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué entiendes por acoso sexual callejero? 2. ¿Has escuchado hablar sobre acoso sexual callejero, en redes sociales, radio, televisión, periódico o en alguna conferencia, seminario, en clase, con los amigos, con la familia? 3. ¿Has escuchado alguna experiencia que les haya sucedido a tus amigas, hermanas, tías, o algún familiar, cuando ellas han ido por la calle, en el parque o en transporte público? 4. ¿Qué tipo de piropos, frases o comentarios les ofenden a las mujeres? 5. ¿Qué tipo de piropos, frases o comentarios les agradan a las mujeres? 6. ¿Qué tipo de gestos se utilizan para llevar a cabo este tipo de prácticas, explícalos? 7. ¿Por qué las mujeres reciben acoso, a que se debe? 8. ¿la forma de vestir de las mujeres influye para que sean acosadas? 	<p>Cuaderno de campo, grabadora, guía de ítems.</p>

Nombres completos	Edad	Hoja de vida
Especialistas	Preguntas	Materiales
Sociólogo /a	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿A qué se puede definir como espacios públicos, que es lo que comprende? 2. ¿Cómo califica le acoso sexual callejero? 3. ¿Cuál es el contexto de las formas de comunicación callejera y su relación con el acoso sexual en los espacios públicos? 4. ¿La cultura latina según varios autores es considerada como una cultura de contacto, cree usted que esto beneficia el acoso sexual en espacios públicos? 5. ¿los estereotipos por los medios de comunicación, sexismo, prejuicios sociales, utilización del cuerpo y otros contribuyen a justificar el acoso callejero? 	<ul style="list-style-type: none"> -Libreta de apuntes -grabadora de audio -A través de vía Skype
Psicólogo/a	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuándo se puede considerar que los comentarios, frases o piropos se vuelven agresivos u ofensivos? 2. ¿Qué tipo de acciones generadas en la calle, en contra de las personas se puede considerar como acoso sexual callejero? 3. ¿Qué tipo de repercusiones psicológicas, emocionales, físicas causa el acoso en las personas que son víctimas? 4. ¿Cuándo es más frecuente que los acosadores realicen este tipo de prácticas, cuando están solos o están en grupo, a que se debe? 5. ¿Qué acciones recomienda a las víctimas de acoso para evitar ser agredidas de acoso callejero? 	<ul style="list-style-type: none"> -Libreta de apuntes -grabadora de audio -A través de vía Skype

ANEXO 6: FICHA DE RECOLECCIÓN PARA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL FICHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN		
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PERSONAL		Nro.
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Lugar:	Fecha:	Hora:
2. DATOS DEL INFORMANTE		
Nombre:	Nivel educativo:	Edad:
3. DESCRIPCIÓN DEL AMBIENTE		
4. COMPORTAMIENTO DEL INFORMANTE		
5. DESARROLLO DE LA ENTREVISTA		
Observaciones:		

ANEXO 7: CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN A RECOPIRAR

CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN A RECOPIRAR	
LENGUAJE VERBAL	
Categoría	Comunicación Oral
Sub categoría	<ul style="list-style-type: none"> Piropos : tono, contenido, la forma, el contexto, estado anímico, Frases
Categoría	Comunicación No Verbal
Sub categoría	<ul style="list-style-type: none"> Mirada o contacto visual- observación, análisis de videos y técnicas aplicadas a grupos focales.- actores involucrados en la acción Gestos, con las manos, cuerpo, boca La próxemica una disciplina de la comunicación no verbal en cuanto al espacio personal. – comunicación nterpersonal.
Contenido y análisis discursivo para determinar si existe o no acoso sexual callejero	

Categoría	Expresión oral		
Sub Categoría	Piropos	Detalle	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes que se refieran a los atributos físicos de las chicas o las hagan sentir mal. • Mensajes que las hayan hecho sonreír o las hayan hecho sentir bien o halagos.
	Frases	Detalle	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes que contengan insultos con palabras cortas.
Categoría	Expresion corporal		
Sub categoría	Miradas	Detalle	<ul style="list-style-type: none"> • Miradas lascivas hacia el cuerpo de las mujeres • Exhibicionismo de genitales.
	Roces o manoseo	Detalle	<ul style="list-style-type: none"> • Roces con las partes íntimas de los acosadores hacia las mujeres. • Manoseo hacia el cuerpo de la mujer.
	Gestos con boca, cuerpo	Detalles	<ul style="list-style-type: none"> • Los gestos con la boca, lengua, manos cuando pasa una mujer los cuales se enfocan en los senos, caderas, labios o rostro de la mujer. • Los besos bolados que se realizan de forma ligera.
ESPACIOS PUBLICOS			
Categoría	Comprensión de espacios públicos		
Sub categoría	<ul style="list-style-type: none"> • Calles • Plazas • Parques • Transporte publico 		

ANEXO 8: FICHA DE SINCRONIZACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

1. Grupos focales		2. Encuesta		3. Entrevistas con los estudiantes		3.1 Entrevistas con los especialistas		4. Observación	
<ul style="list-style-type: none"> - Recolección de testimonios. - Demostración de la comunicación no verbal en espacios públicos. - Clasificación de piropos según la vestimenta. 		<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento sobre el acoso sexual en espacios públicos. - Tipos de comunicación oral y no verbal 		<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento sobre el tema de acoso sexual en espacios públicos. - Clasificación sobre los tipos de piropos, frases o comentarios. - Tipos de comunicación no verbal. - Propuestas para que se pueda tomar medidas en la solución del problema. 		<ul style="list-style-type: none"> - Explicación sobre las prácticas que son utilizadas en los espacios públicos. - Explicación sobre la comunicación oral y no verbal que se ponen en práctica en los espacios públicos. 		<ul style="list-style-type: none"> - Piropos, frases, comentarios - Manoseo - Insinuaciones - Miradas lascivas - Gestos con las manos, boca y el cuerpo 	
Sincronización	Tiempo que requiere	Tiempo de análisis	Tiempo de comparación	Motivo de la utilización del orden los instrumentos					

				Los grupos focales y las entrevistas con los especialistas se llevaran a cabo en la misma semana, puesto que en la mañana trabajare con los chicos y en la tarde tendré el tiempo disponible para las entrevistas, esto orden se debe a las opiniones que darán los estudiantes, para luego a través de esa información hablar con los especialistas.
<u>1 y 3.1</u>	Desde las 7 y media de la mañana hasta la 1 y media de la tarde y desde las 3 de tarde hasta las 7 de la noche. Durante 6 días. <u>Total: 62 horas.</u>	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 2 días <u>Total: 32 horas.</u>	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 2 días <u>Total: 32 horas.</u>	
<u>3 y 2</u>	Desde las 7 y media hasta 1 y media de la tarde, durante 6 días. Total: 32 horas	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 3 días <u>Total: 48 horas.</u>	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 2 días <u>Total: 32 horas.</u>	Las entrevistas con los estudiantes se llevaran durante la mañana hasta la hora de la salida al receso y después del receso se continuara con las encuestas, el orden es debido a la disposición de tiempo con la que cuento ya que solo se labora hasta las una y media de la tarde.
<u>4</u>	Desde las 6 hasta 7 y media de la mañana y desde las 12 del día hasta la 1 y media de la tarde. Desde las 3 hasta las 5 de la tarde. Por 4 días Total: 28 horas.	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 2 días <u>Total: 32 horas.</u>	Desde las 8 de la mañana hasta 12 de la noche, durante 2 días <u>Total: 32 horas.</u>	Una vez recopilada diversas opiniones por parte de los estudiantes y especialistas se procederá con la observación para conocer más de cerca y contrastar con la información recolectada.

ANEXO 9: FORMATO DE ENCUESTA



Universidad Nacional de Loja
Área de la Educación, el Arte y la Comunicación
Carrera de Comunicación Social

Edad:
15 16 _____ 17 _____

Institución a la que pertenece:
Adolfo Valerezo: _____

Beatriz Cueva de Ayora: _____

ENCUESTA

“Se puede definir el acoso sexual callejero como un fenómeno que ocurre en los espacios públicos (parques, plazas, calles, transporte público) como un conjunto de prácticas cotidianas, como frases, gestos, de besos, tocamientos (manoseo o roces), masturbación pública, exhibicionismo, seguimientos (a pie o en auto), entre otras, con un manifiesto carácter sexual”

1. ¿Has sido víctima de acoso sexual callejero?
 - a) Si _____
 - b) No _____

2. ¿Qué tipo de acoso sexual callejero has experimentado, señala según lo que te ha sucedido?
 - a) Piropos, frases, comentarios.
 - b) Gestos vulgares con las manos, cuerpo, boca
 - c) Miradas morbosas o que hacen alusión a tu cuerpo.
 - d) Masturbación pública
 - e) Tocamientos (roces, manoseo)

3. ¿Cómo te has sentido después de haber recibido estos comentarios, acciones, manifestaciones?
 - a) Con Miedo
 - b) Humillada

- c) Enojada
 - d) Halagada
 - e) Indiferente (no te importa)
4. ¿La mayor parte de piropos, frases o comentarios que has recibido son?
- a) Groseros
 - b) Vulgares
 - c) Halagadores, bonitos
5. ¿Con qué frecuencia recibes acoso sexual callejero?
- a) A veces
 - b) Frecuentemente
 - c) Casi nunca
6. ¿En qué lugares sueles recibir este tipo de acoso?
- a) Parques
 - b) Plazas
 - c) Transporte público
 - d) Calles
7. ¿Cuándo ellos realizan este tipo de prácticas?
- a) Cuando están solos
 - b) Cuando están en grupo
8. ¿Cómo consideras este tipo de prácticas?
- a) Algo normal
 - b) Una falta de respeto
 - c) Algo natural de los hombres.

GRACIAS POR SU RESPUESTA

ANEXO 10: FOTOGRAFIAS



Visita a paralelos del Colegio Beatriz Cueva de Ayora



Visita a paralelos del Colegio Adolfo Valarezo



Grupos focales con estudiantes del segundo de bachillerato del Colegio Beatriz Cueva de Ayora



Grupos focales con estudiantes del tercero de bachillerato del Colegio Adolfo Valarezo.



Cambio de roles por estudiantes mujeres en los grupos focales.



Cambio de roles por estudiantes hombres en los grupos focales.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
MATRIZ DE AMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
MAPA GEAGRÁFICO Y CROQUIS.....	viii
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS) SUMMARY.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
1. COMUNICACIÓN Y CULTURA.....	8
2. DEFINICIONES SOBRE ADOLESCENCIA.....	13
3. COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL.....	17
4. COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN EL ACOSO SEXUAL CALLEJERO.....	24
5. LA IMAGEN DE LA MUJER EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	32
6. VIOLENCIA Y DERECHOS DE LA MUJER.....	43
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	48
MÉTODOS.....	48
Científico.....	48
Descriptivo.....	49
Análisis de discurso.....	50
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	50
Grupos focales.....	50
Observación.....	50
Entrevistas semiestructuradas.....	51
Encuesta.....	51
f. RESULTADOS.....	52

g.	DISCUSIÓN.....	108
h.	CONCLUSIONES.....	114
i.	RECOMENDACIONES.....	116
	PROPUESTA.....	117
j.	BIBLIOGRAFÍA.....	133
k.	ANEXOS.....	137
a.	TEMA.....	138
b.	PROBLEMÁTICA.....	139
	Situación actual del problema.....	139
	Delimitación del problema.....	139
c.	JUSTIFICACIÓN.....	141
	Justificación académica.....	141
	Justificación social.....	141
d.	OBJETIVOS.....	144
	Objetivo general.....	144
	Objetivos específicos.....	144
e.	MARCO TEÓRICO.....	146
	COMUNICACIÓN Y CULTURA.....	146
	1. Comunicación.....	146
	1.2 Cultura y Comunicación.....	147
	1.3 Comunicación entre grupos.....	149
	2. Comunicación Oral y No Verbal.....	152
	2.1 Comunicación Oral.....	152
	2.2 Comunicación no verbal.....	156
	3.1 Comunicación Oral y No Verbal en el acoso sexual callejero.....	160
	3.1 El acoso sexual callejero.....	160
	3.2 Dominio del Espacio Público.....	161
	3.3 El piropo.....	165
	3.4 Cultura y género.....	167
	4. La imagen de la mujer en los medios de comunicación.....	168
	4.1 Sexismo en los medios de comunicación.....	168
	4.2 Los estereotipos en televisión.....	171
	4.3 La publicidad en medios televisivos.....	177

f.	METODOLOGÍA.....	180
	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	180
	Métodos.....	180
	Técnicas de recolección de información.....	181
	Grupos focales.....	181
	La observación.....	182
	Entrevistas semiestructurada.....	182
	Encuestas.....	182
g.	CRONOGRAMA.....	184
h.	PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	185
i.	BIBLIOGRAFÍA.....	187
	ÍNDICE.....	204