

CAMPAÑA



SISTEMATIZACIÓN DE UNA EXPERIENCIA





CAMPAÑA: “APRENDE A VER LAS SEÑALES DE LA VIOLENCIA”

SISTEMATIZACIÓN DE UNA EXPERIENCIA

La Paz - Bolivia, 2019



CRÉDITOS

Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” Sistematización de una experiencia

Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) - Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Sociología
Instituto de Investigaciones Sociológicas (IDIS) “Mauricio Lefebvre”
Campus Universitario de Cota Cota, Av. Andrés Bello, esq. Calle 30 A
Página web: www.umsa.bo/web/idis
Facebook: Instituto de Investigaciones Sociológicas - IDIS
Telfs.: 2798666 - 2440388 - 68224069 La Paz - Bolivia

Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)

Sistematización de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” Malkya Tudela Canaviri

Director del IDIS:
M.Sc. Raúl España

Coordinación:
Nadia Gutiérrez

Coordinación de la tercera fase de la Campaña:
Brian Dalenz

Asistente administrativo:
Diego Ortiz

Edición:
Mónica Navia

Diseño y diagramación:
Carolina Ramírez y Luciana Medina

Fotografías 2016-2019
Daniel Hernando López, Brian Dalenz,
Luciana Medina y Equipo IDIS

Depósito legal: 4-3-601-19

Esta publicación es posible gracias al apoyo del UNFPA y la Embajada de Suecia en Bolivia.

Se permite la reproducción total y parcial de la información aquí publicada, siempre que no sea alterada y se asignen los créditos correspondientes. Prohibida su venta.

La Paz - 2019
Impreso en La Paz

ÍNDICE

PRÓLOGO	9
PRESENTACIÓN	11
ANTECEDENTES	13
INTRODUCCIÓN	15
1. LA UNIVERSIDAD SE VE A SÍ MISMA.....	17
1.1 La universidad pública, expresión de las relaciones sociales.....	19
1.2 La voluntad política que abre puertas.....	20
1.3 Sinergia entre institutos de investigación	21
1.4 Los actores: cooperantes, autoridades, docentes, estudiantes	24
1.5 La coordinación del IDIS	26
2. LA INVESTIGACIÓN: PUNTO DE PARTIDA.....	29
2.1 Generando conocimiento para la acción.....	31
2.2 La evidencia para pensar en la prevención.....	37
2.3 Investigaciones y productos.....	38
2.4 La interdisciplina, se puede.....	41
3. COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	43
3.1 Elaboración de mensajes de prevención	49
3.2 Medios alternativos	50

4. FORMACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES.....	69
4.1 Formación de los investigadores.....	71
4.2 Formación de los comunicadores.....	73
4.3 Fortalecimiento de capacidades	74
5. RESULTADOS DE “APRENDE A VER LAS SEÑALES”	77
Incidencia política.....	79
Resultados	80
6. LECCIONES APRENDIDAS	83
7. DESAFÍOS	87
REFERENCIAS.....	91
ANEXOS.....	93

Prólogo



Ana Angarita Noguera
Representante de UNFPA
en Bolivia

La Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” es una iniciativa conjunta de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), con el apoyo financiero de la Embajada de Suecia en Bolivia. La campaña nació de la necesidad de abrir espacios de información, comunicación y sensibilización en la universidad, donde miles de jóvenes, mujeres y hombres, construyen sus primeras relaciones de pareja, las cuales se ven afectadas, muchas veces, por diferentes formas de violencia de género.

La iniciativa partió de una investigación cuali-cuantitativa sobre conocimientos y percepciones de la violencia en pareja, cuyos resultados fueron insumos sustantivos para el diseño e implementación de la campaña. Una de las constataciones más preocupantes fue la naturalización de distintas formas de violencia psicológica entre las parejas, desde el control de la vestimenta, de los horarios y del celular hasta agresiones físicas sistemáticas que eran aceptadas como manifestaciones de “celos buenos” y de amor. El nombre de la campaña justamente respondió a la urgencia de dar un mensaje contundente a la población estudiantil universitaria sobre la importancia de aprender a identificar las señales de la violencia en sus relaciones de pareja.

Uno de los primeros desafíos que encaró la iniciativa fue lograr la coordinación interinstitucional entre institutos de investigación y carreras afines para desarrollar el proyecto, bajo el liderazgo del Instituto de Investigaciones Sociológicas “Mauricio Lefebvre” (IDIS), de la Carrera de Sociología. Decenas de sesiones de debate, diálogo y capacitación construyeron un espacio académico docente-estudiantil con perspectiva de género, un espacio desde el cual se desarrollaron investigaciones, acciones públicas de incidencia sobre la gravedad de la violencia de género, acciones de incidencia con autoridades, docentes y estudiantes sobre la necesidad de dialogar, informar y debatir sobre la violencia de género naturalizada. Fue significativo el aporte de la Defensoría de Derechos Universitarios, instancia de orientación y asesoramiento de casos de vulneración de derechos en la universidad, que fue promocionado por la campaña como el espacio real y concreto al que las estudiantes podían acudir en casos de violencia.

Autoridades facultativas y de carrera, docentes, dirigentes universitarios, personal administrativo y población estudiantil de cuatro facultades participaron de este proceso

inicial de sensibilización, mediante acciones de adhesión simbólica, talleres dirigidos por estudiantes formados como agentes de cambio y de ferias informativas. Los medios de comunicación universitarios también formaron parte de la estrategia de incidencia.

Esta experiencia ha demostrado la importancia de la evidencia científica para fortalecer los procesos de sensibilización, información y comunicación, de la mano de los institutos de investigación de la universidad. La campaña tiene el desafío

de seguir ampliando su incidencia en otras facultades, usando herramientas diversas como las redes sociales, los materiales multimedia y los espacios de diálogo presenciales y diversos.

Desde el Fondo de Población de las Naciones Unidas, reafirmamos nuestro compromiso de seguir apoyando las iniciativas de prevención y ejercicio del derecho a una vida libre de violencia como un componente fundamental para el pleno desarrollo de las y los jóvenes universitarios.

Presentación



M.Sc Félix Raúl España Cuellar
Director del Instituto de
Investigaciones Sociológicas
“Mauricio Lefebvre” (IDIS)

La sistematización de la experiencia de la Campaña “Aprende a ver a las señales de la violencia”, orientada a la prevención de la violencia de género en parejas de jóvenes estudiantes, es el resultado de la colaboración interinstitucional entre la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), instituciones que han aunado sus capacidades y recursos con el objetivo de desarrollar una iniciativa de prevención de la violencia contra jóvenes estudiantes mujeres. La Campaña ha desarrollado acciones de investigación, información, comunicación y promoción de los derechos de las mujeres a vivir una vida libre de toda forma de violencia para fortalecer entre las y los estudiantes de la comunidad universitaria valores de convivencia y respeto.

El Instituto de Investigaciones Sociológicas “Mauricio Lefebvre” de la Carrera de Sociología, en representación de la UMSA, se ha constituido en el pivote de esta Campaña, articulando y estableciendo sinergias entre los institutos de investigación de las carreras de Trabajo Social (IIIP-TS), de Comunicación

Social (IpiCOM), de Estadística (IETA) y la Defensoría de los Derechos Universitarios (DDU). La participación comprometida de estas instancias ha permitido alcanzar y superar los objetivos que nos habíamos propuesto al comenzar el proyecto.

Si bien el desarrollo de la Campaña cuenta con la participación activa de los institutos antes mencionados, más la Defensoría de los Derechos Universitarios, es importante subrayar que, desde que comenzó la iniciativa, el año 2016, esta ha movilizado también a otras instancias de la UMSA. Es el caso de la Televisión Universitaria o la radio San Andrés, que se han convertido en aliadas estratégicas de la Campaña, a través de la difusión de algunos de sus productos, como *spots* con mensajes en contra de la violencia.

Entre los resultados que vale la pena destacar de esta experiencia pionera en el sistema universitario del país, está su influencia positiva para reflexionar y proponer, a través de la DDU, políticas universitarias de prevención contra la violencia de género, para desarrollar intervenciones focalizadas

en carreras y facultades de la UMSA en las que la naturalización de la violencia es más crítica. También, los insumos generados por la Campaña están retroalimentando los contenidos de las materias de sociología de género que se dictan en las carreras de la Facultad de Ciencias Sociales. Otro impacto importante tiene que ver con la promoción de más investigaciones realizadas en torno a problemáticas relativas a la violencia de género como el acoso sexual en la universidad.

La presente sistematización, a través de una reflexión crítica sobre el desarrollo de la Campaña, busca poner de relieve las lecciones aprendidas para mejorar su implementación a futuro y para posibles réplicas de la presente experiencia, así como para poner en evidencia la incidencia lograda e identificar los desafíos pendientes.

Antecedentes

La violencia contra las mujeres se ha convertido en una pandemia mundial, sostenida en las condiciones de inequidad social que afecta a grandes sectores de la población. Según la OMS, una de cada tres mujeres ha sufrido violencia física y/o violencia sexual de pareja, o violencia sexual por terceros en algún momento de su vida; a esto se añade que el 80% de las víctimas de los asesinatos dentro de una pareja es mujer.

La expresión más dura de la violencia contra las mujeres son los feminicidios. Las estadísticas oficiales reportan a Bolivia como el país con la mayor tasa de estos crímenes en la región. Las cifras solo han crecido año tras año. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en el país hubo 1,9 feminicidios por cada 100 mil mujeres en la gestión 2016, 2 casos por cada 100 mil mujeres para el año 2017 y 2,3 feminicidios por cada 100 mil mujeres para el año 2018. La Paz es el departamento que lleva ventaja numérica en estos casos de asesinato en razón de género, seguido de Cochabamba y Santa Cruz (*Página Siete*, 23-9-19).

Una explicación del incremento de los casos de violencia es que ahora hay un incentivo para sentar las denuncias, propiciado por las políticas públicas, una institucionalidad especializada y las normas emitidas por el gobierno. Sin embargo, desde un ámbito académico, también se maneja la hipótesis de que el recrudecimiento de la violencia puede ser una reacción ante un avance en la autonomía de las mujeres (*Periódico Digital de Investigación sobre Bolivia*, 14-8-19). Las investigaciones muestran, además, que los asesinatos en razón de género son solo la culminación de una escalada de violencia que empieza temprano en la relación de pareja.

La principal norma creada para enfrentar el problema desde el Estado es la Ley Integral N° 348 para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia, promulgada en Bolivia el año 2013. Con base en esta se creó una institucionalidad estatal, protocolos y procedimientos que alcanzan el nivel policial (FELCV), el sistema de justicia (juzgados especiales), el Poder Ejecutivo (sistema de prevención) y el nivel municipal (servicios legales integrales, casas de acogida).

La problemática logró instalarse en la agenda pública y convertirse en preocupación de las autoridades, las universidades públicas, las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación. La cooperación internacional, fuera de acompañar el proceso de creación de la norma y la institucionalidad, también apoya en la implementación de la ley en sus distintos componentes a través del financiamiento a investigaciones, diagnósticos, difusión de la ley, capacitación de personal y campañas de prevención.

A pesar del esfuerzo conjunto, aún persisten señalamientos desde la sociedad civil y organizaciones de mujeres hacia el Estado a propósito de la gestión de este problema. Hasta ahora se ha cuestionado al gobierno por no declarar situación de alerta ante los feminicidios, y el sistema de justicia es interpelado por presentar una alta impunidad. El hecho es que el sistema político mismo está cuestionado por la exclusión social en contra de las mujeres y por una falta de profundización de la democracia.

Introducción

El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), a través del Instituto de Investigaciones Sociológicas “Mauricio Lefebvre” (IDIS), coincidieron en la preocupación por conocer y actuar en torno al tema de la violencia en pareja dentro del ambiente de la universidad pública en La Paz. En el año 2016, a tres años de promulgada la Ley 348, ambas entidades programaron realizar actividades en común y crearon una alianza estratégica para desarrollar acciones de prevención de la violencia al interior de la comunidad estudiantil de la UMSA.

Esa conjunción de intereses derivó en la formulación del proyecto “Prevención de la violencia en parejas jóvenes de la Universidad Mayor de San Andrés” (PAVI) cuyo objetivo es:

Desarrollar una campaña de prevención de la violencia contra las mujeres jóvenes, estudiantes de la UMSA, que incluirá acciones de investigación, información, comunicación y promoción de los derechos de las mujeres a vivir una vida libre de toda forma de violencia para fortalecer entre las y los estudiantes y la comunidad

universitaria valores de convivencia y respeto en el espacio educativo universitario y en sus relaciones de pareja (IpiCOM, et al., 2017).

Para definir cómo encarar el objetivo mencionado, se realizaron reuniones de coordinación en las que se coincidió en la necesidad de contar con información cuantitativa y cualitativa sobre la situación de la violencia en razón de género en la comunidad universitaria. Solo a partir de conocer el estado de situación del problema se definirían las líneas de acción para la puesta en marcha de una campaña de prevención y sensibilización (información, comunicación, promoción) contra la violencia en pareja.

El IDIS quedó como responsable, dentro de la UMSA, de las tareas de coordinación en función de ejecutar una investigación cuanti-cualitativa en busca de evidencia de estos hechos entre los estudiantes de primero y segundo año de la universidad, comprendidos entre los 18 y los 22 años. Los resultados fueron recogidos en el informe *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de*

la Universidad Mayor de San Andrés y, sobre esa base, en el documento de análisis *Universitarios y violencia en la pareja. Estudio cuantitativo y cualitativo con estudiantes de primeros años de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.*

Los hallazgos de la investigación, y del documento de análisis antes mencionado, orientaron la estrategia, las líneas de acción, el público meta, los medios y el alcance de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”. Se trata de una iniciativa que ha movilizó en su ejecución a autoridades, docentes y estudiantes, principalmente del área de ciencias sociales de la UMSA, en torno a acciones que han buscado informar, sensibilizar y alentar actividades de prevención en torno a la violencia en las relaciones de pareja entre jóvenes.

En ese marco, el presente documento fue elaborado con el objetivo de sistematizar la experiencia del diseño e implementación de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” hasta la fecha, ya que esta iniciativa sigue en marcha, poniendo énfasis en las lecciones aprendidas, la incidencia lograda y los desafíos pendientes, además de visibilizar la estrategia aplicada con el propósito de que pueda constituirse en un referente para otras iniciativas similares. En ese sentido, este trabajo explora la experiencia desde los inicios del proceso, con la investigación cuanti-cualitativa ejecutada

en el año 2016, hasta las posteriores actividades de prevención de la violencia en pareja plasmadas en la estrategia de comunicación y sensibilización dentro de la universidad.

En esta sistematización se describe, en el capítulo “La universidad se ve a sí misma”, la adecuación necesaria del aparato institucional para ejecutar el proyecto PAVI, la búsqueda de adhesiones de autoridades universitarias, la sinergia generada entre institutos de investigación y el papel de dirección del IDIS en el proceso. A continuación, la investigación cuanti-cualitativa, sus actores y sus resultados están descritos en “La investigación como punto de partida”. En el capítulo “Comunicación y sensibilización” se anotan las características de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” junto a sus herramientas y el enfoque adoptado en sus distintas fases. El proceso de formación a investigadores y activistas de la campaña, transversal a todas las fases, está descrito en “Formación y fortalecimiento de capacidades”. Para cerrar la sistematización, se presentan los “Resultados”, con énfasis en la incidencia conseguida y en las lecciones aprendidas y en los desafíos que condensan todo el proceso.

Proyecto “Prevención de la violencia en parejas jóvenes de la UMSA”

Año	Descripción
2016	Investigación cuanti-cualitativa <i>Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés</i>
2017	Documento de análisis y disección de los resultados de la anterior investigación: <i>Universitarios y violencia en la pareja. Estudio cuantitativo y cualitativo con estudiantes de primeros años de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.</i>
2017-2018	Diseño y ejecución de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”: Primera y segunda fase
2019	Diseño y ejecución de la Campaña “Aprender a ver las señales de la violencia”, Tercera fase

Fuente: Elaboración con base en revisión de documentos y entrevistas.

1. LA UNIVERSIDAD SE VE A SÍ MISMA



La Universidad Mayor de San Andrés está entre las más grandes universidades públicas del país con 78.102 estudiantes matriculados para el año 2016, en sus 54 carreras y 13 facultades desperdigadas físicamente en distintos lugares de la ciudad de La Paz e incluso en las provincias. El reto del proyecto PAVI, en su componente de investigación, fue indagar en las concepciones, actitudes y prácticas (CAP) de los universitarios de primeros años sobre las relaciones de violencia en pareja.

En la universidad se han desarrollado distintas actividades de prevención e incidencia sobre el tema, a través de seminarios, charlas, ferias y otras actividades similares; la particularidad en este caso era presentar un trabajo coordinado en busca de movilizar a la comunidad académica para generar un proceso de prevención basado en evidencias.

1.1 La universidad pública, expresión de las relaciones sociales

La universidad es un espacio desde el que se aborda la problemática social con distancia académica. Los problemas de clase, étnicos, de género y desigualdad, entre otros, se estudian por su incidencia en la sociedad, aunque los mismos actores protagonistas de esos procesos interactúan al interior de la vida universitaria. En este sentido, el proyecto PAVI ha permitido tomar el pulso a la violencia en la pareja, un fenómeno social que generalmente es abordado como algo externo y lejano a la vida universitaria y académica.

Otro rasgo importante del proyecto fue considerar a la población universitaria en un grupo mixto, a diferencia de un abordaje del tema, en el cual se estudian conocimientos, actitudes y prácticas de las mujeres como principales víctimas. La violencia bidireccional es el enfoque que guía la investigación

como paso inicial para conocer las manifestaciones de este fenómeno.

El campo de estudio y de acción estuvo formado por los universitarios de la UMSA, procedentes mayoritariamente de los sectores de ingresos medios con capacidad de sostener económicamente a sus integrantes mientras adquieren una formación profesional. Este dato es importante si se considera el prejuicio de que la violencia en pareja está más instalada en los sectores populares y en parejas consolidadas en el matrimonio o la convivencia. La violencia atraviesa las clases sociales, es transclasista, y difiere solo en los tipos de violencia que se ejercen en uno u otro espacio (entrevista a Marlene Choque).

En ese aspecto es importante reflexionar sobre el lugar que ocupa la violencia en las relaciones de pareja, ya no en la familia, ya no en el barrio, sino entre las personas que reciben una formación de nivel superior que

En la gestión que estamos concluyendo este año en noviembre (2019), hubiese sido una carga de conciencia muy grande si hubiésemos subutilizado las potencialidades de la universidad en función de contribuir a la visibilización de este problema. Se lo ha visibilizado, pero tampoco puedo decir que se lo ha resuelto, sería una falta de honestidad... Yo tengo la esperanza, la fe, de que cualquiera que sea la autoridad que me sustituya en el cargo debe continuar con este trabajo y ojalá que lo haga mejor que yo, incluso, en función de que se vayan viendo resultados. Hay todavía una distancia muy grande entre universidad y Estado, y creo que en estos temas deberíamos aunar esfuerzos (Waldo Albarracín Sánchez, rector de la UMSA).

Buscamos ir más allá de una campaña de sensibilización, e incidir en políticas al interior de la propia universidad además de fortalecer la acción de la Defensoría de los Derechos Universitarios en sus actividades de prevención. Eso hace que ahora la campaña tenga un equipo de coordinación formado por la dirección del IDIS, la dirección del Instituto de Trabajo Social, la dirección del IpiCOM y la Defensoría de Derechos Universitarios. En este equipo aprobamos a inicios de cada gestión cuáles van a ser los contenidos de la campaña, los posibles eventos que se van a hacer, investigaciones que puedan reforzar la campaña, los contenidos, los mensajes, los spots y el enfoque, orientado a no revictimizar... (Raúl España, director del IDIS, coordinador de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”).

pueden formar parte de los sectores que estarán dedicados al trabajo intelectual y, es muy probable, a ocupar puestos en sectores económicos emergentes, en los ramos de comercio y de servicios o de representación política o cultural en la sociedad.

1.2 La voluntad política que abre puertas

El proyecto PAVI buscó desde el primer momento el compromiso de las autoridades facultativas, de docentes y de la dirigencia estudiantil. En ese sentido, ganar la voluntad política de las autoridades dentro de la universidad pública fue determinante para el proyecto, entre otras razones, porque, para ejecutar una iniciativa de esa naturaleza, se necesitaba mover recursos humanos y materiales, tareas de administración y control de esos recursos, y la coordinación interinstitucional tanto dentro como fuera de la universidad.

Aunque las máximas autoridades universitarias aceptaron con cierta facilidad apoyar el proyecto, la búsqueda de adhesiones y compromisos en otros niveles de decisión es una tarea permanente aun hoy. Junto con

develar el problema de la violencia en pareja dentro de la comunidad universitaria, los reveladores resultados de la investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y del documento de análisis *Universitarios y violencia en la pareja* sirvieron para apalancar también esas voluntades políticas porque, conociendo la evidencia sobre el tema, las autoridades se sumaron a la campaña para apoyarla.

Un hito importante en esta línea fue el lanzamiento de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”, el 20 de septiembre de 2017, cuando el rector y activista de derechos humanos, Waldo Albarracín Sánchez, se identificó como su “vocero oficial”, confirmando su opción pública por la defensa de los derechos humanos y el respaldo al combate de esta problemática vigente en la agenda pública del país. La participación activa de la DDU también le asignó al proyecto un paraguas

vinculado a su posicionamiento en la defensa de los derechos, ante las autoridades de las facultades, direcciones de carrera y unidades autónomas.

Mirando a la distancia, la búsqueda de estas voluntades políticas, que implica el posicionamiento del tema entre las instancias de decisión dentro de la universidad, significó el “paso cero”, no calculado, y que IDIS-UNFPA tuvieron que encarar dentro de la pesada estructura de la casa superior de estudios (entrevista a Marisol Murillo). Este es un aspecto importante a considerar porque la democracia universitaria, con el cogobierno docente estudiantil, permite un diálogo horizontal entre las distintas entidades en la búsqueda de un solo objetivo; pero esa misma estructura puede convertirse en una carga pesada cuando no existe una voluntad política superior que, por un lado, se comprometa a ese propósito y, por otro lado, respalde los resultados derivados del común esfuerzo.

1.3 Sinergia entre institutos de investigación

Mientras se avanzaba en la tarea de convencer y comprometer al gobierno universitario, se hacía necesario concretar otra tarea tampoco fácil: lograr la sinergia efectiva inicialmente entre el IDIS, de la carrera de Sociología, de la Facultad de Ciencias Sociales, y el IETA, de la carrera de Estadística, de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales, para llevar adelante la investigación cuanti-cualitativa.

Sinergia entre institutos y unidades participantes en la campaña

Fases	Institutos participantes	Resultado
Investigación	IDIS IETA	Investigación cuanti-cualitativa sobre la violencia en pareja dentro de la universidad.
Comunicación y sensibilización	IDIS IpiCOM IIISP-TS DDU	Campaña de prevención de la violencia en pareja dentro de la universidad.

Fuente: Elaboración propia con base en revisión de documentos y entrevistas.

El resultado del trabajo coordinado del IDIS y el IETA permitió reportar insumos para el segundo momento en el que el IDIS y el IpiCOM se hicieron cargo de la campaña comunicacional “Aprende a ver las señales de la violencia”, en coordinación con la DDU y la incorporación del Instituto de Investigación, Interacción Social y Postgrado de la Carrera de Trabajo Social (IIISP-TS) por la coincidencia de intereses temáticos en estudios de género.

Fotografía página siguiente: Las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y la Defensoría de los Derechos Universitarios en una actividad de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”.

19/09

Via
libre al
diálogo

#ChavezNoEsUnPresidente





Zona
wi-fi libre
de celos

América's Vientos

Vengo de toda una escuela en derechos humanos de construir alianzas estratégicas..., considero que estamos hablando de una construcción colectiva. Hay que acercarse y trabajar con todos los mecanismos que tiene la UMSA. Entonces una (alianza) ha sido esa articulación con los institutos de la Facultad, Trabajo Social, Sociología, Comunicación... He hecho una serie de alianzas estratégicas..., para mí eso marca la institucionalidad porque comprometes a otros (Griselda Sillerico, responsable de la DDU).

Hemos abordado tres ámbitos de manera simultánea. La campaña de difusión de información sobre lo que es la violencia; el sustento con investigaciones concretas, con datos, con información, sobre cuáles son las manifestaciones y acciones que se dan y que se viven cotidianamente de acoso sexual en la UMSA, y la atención de casos y el procesamiento jurídico, legal y social a las víctimas de violencia a través de la DDU (Irma Sangüesa, directora del IIISP-TS).

En suma, la alianza estratégica y la sinergia entre las unidades universitarias mencionadas implicó combinar esfuerzos, contar con una retroalimentación constante y generar productos propios y tangentes al proyecto. A la vez, esos esfuerzos se movieron con la idea de buscar un único producto creado con los aportes individuales: la materialización de acciones de prevención de la violencia en pareja en la comunidad universitaria.

Es importante mencionar que esta sinergia entre institutos involucró a actores no tradicionales dentro del esquema de colaboración con UNFPA, como sucedió con el Instituto de Estadística Teórica Aplicada (IETA) y el Instituto de Investigación, Postgrado e Interacción de la Carrera de Comunicación Social (IpiCOM), que fueron convocados por sus respectivas experticias en la investigación cuantitativa y en la formulación de estrategias de comunicación, respectivamente.

Por último, la idea es que esta sinergia de conocimientos y experticias, plasmada en una investigación y en una campaña de prevención de la violencia, proporcione también a la DDU los insumos para generar normativa interna y protocolos de atención a la población universitaria que está en desventaja frente a una situación de violencia de género, sea sufrida por su situación en pareja o por las relaciones de poder docente-estudiante. Al ser la DDU

una instancia en plena formación de su institucionalidad –fue creada en 2013–, todas las acciones que se desprenden de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” son una fuente importante de su edificación y desarrollo, y le permiten un contacto directo con la comunidad estudiantil en diferentes espacios como talleres, ferias, foros, etc.

1.4 Los actores: cooperantes, autoridades, docentes, estudiantes

Si bien los institutos de investigación actuaron de manera conjunta dentro de la universidad, esas entidades adquieren vida solo a partir de personas con tareas concretas que, en este caso, se encargaron de mover el engranaje administrativo y académico desde su inicio, en el año 2016, hasta la actualidad. En la campaña participaron actores bien identificados: las autoridades, los docentes, los estudiantes y los representantes de la cooperación internacional.

El UNFPA estuvo presente en el proyecto mediante el financiamiento otorgado, pero también con personal comprometido con el tema, que trabajó propiciando encuentros, diálogo y capacitación entre y para los actores. Por otro lado, el rol de las autoridades de la UMSA, de docentes y de estudiantes es hasta el momento determinante para abrir puertas e implementar las actividades.

Roles de las autoridades de la UMSA y cooperantes UNFPA en la campaña

Roles	Descripción
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Se adhirieron públicamente a los objetivos y alcances de la campaña, hecho que permitió abrir puertas para la realización de actividades dentro de la universidad. Participaron en las actividades de la campaña, compartiendo su análisis y reflexión sobre el tema.
Cooperantes	<ul style="list-style-type: none"> Acompañaron y apoyaron en la creación de espacios de diálogo, encuentro y capacitación dentro de la campaña. Dieron un respaldo financiero y técnico a la campaña.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas y revisión de documentos.

La voluntad política de estas autoridades se expresa en elementos que van desde asumir la problemática con compromiso por buscar un cambio, hasta aspectos más operativos pero centrales como la apertura de espacios físicos, la cesión de horas académicas y la convocatoria a estudiantes para participar en las actividades.

La universidad pública, con sus características de cogobierno docente-estudiantil, se abre a una relación de horizontalidad entre esos dos estamentos, lo que implica además que los proyectos cuentan en la mayor parte de los casos con la participación de ambas instancias. La Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” no es la excepción. Esta relación de horizontalidad no solo ha implicado que cada uno jugara su papel, sino que sus funciones se articulen para llevar a cabo el proyecto.

Roles de los docentes en la campaña

Roles	Descripción
Investigadores	Diseñaron y ejecutaron la investigación cuanti-cualitativa.
Gestores	<ul style="list-style-type: none"> Gestionaron la investigación. Gestionaron el vínculo con entidades externas a la universidad. Gestionaron la campaña comunicacional.
Divulgadores	Participaron en la divulgación de los resultados de investigación.
Capacitadores	Capacitaron a los estudiantes en distintos aspectos relativos tanto a la temática de la violencia en pareja como a la de herramientas para la investigación y para la comunicación.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas y revisión de documentos.

Roles de los estudiantes en la campaña

Roles	Descripción
Sujetos de investigación	Recogieron la percepción de los estudiantes, que fue el objetivo central de la investigación cuanti-cualitativa.
Investigadores	Aportaron en el diseño y la ejecución de la investigación cualitativa en los grupos focales, talleres y entrevistas en profundidad.
Productores de mensajes	Generaron mensajes para la campaña comunicacional en distintos formatos y alimentaron la línea gráfica de la campaña.
Comunicadores en labor pedagógica	Ejecutaron la estrategia comunicacional de la campaña, tanto en la comunicación interpersonal como en la difusión masiva.
Sujetos de formación y fortalecimiento de capacidades	Fueron el público objetivo de la capacitación en el tema eje de la campaña y de herramientas comunicacionales. Recibieron formación en el tema eje de la campaña y herramientas de investigación.
Público objetivo de la campaña	La comunidad universitaria estudiantil fue (es) el público meta de la campaña de comunicación y sensibilización.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas y revisión de documentos.

La aclaración necesaria en este punto es que la mayor parte de esta participación de docentes y estudiantes se desarrolló a partir de la conformación de equipos pequeños y articulados que estuvieron concentrados en la Facultad de Ciencias Sociales, salvo en la investigación cuantitativa-cualitativa en la cual trabajó un equipo de la carrera de Estadística. Solo en tanto “público objetivo de la campaña”, hubo una participación buscada sistemáticamente por la campaña en el resto de facultades y carreras de la UMSA.

1.5 La coordinación del IDIS

Una confluencia de instituciones y personas, con distintas capacidades, mandatos y

tareas fue el resultado de las gestiones y de la coordinación desarrollada por el IDIS desde el inicio del proceso. En la alianza estratégica UMSA-UNFPA, el IDIS quedó como la instancia delegada para garantizar la ejecución y el cumplimiento de los objetivos de la campaña, responsabilidad que ha incluido la coordinación con los demás institutos y unidades autónomas de la universidad.

En ese marco, el liderazgo del IDIS se mantiene más allá del tiempo institucional de gestión de sus directores. En 2016, René Pereira Morató concretó el acuerdo con el UNFPA para iniciar el proyecto y gestionó la participación del IETA, con dos profesionales específicamente,



El rector de la UMSA, Waldo Albarracín Sánchez, y la representante de UNFPA en Bolivia, Ana Angarita.

para desarrollar una investigación cuantitativa dentro de la universidad. Pereira Morató coordinó la investigación cuantitativa con el IETA y supervisó la investigación cualitativa desde el IDIS, en este último caso, realizada en un equipo de trabajo formado por auxiliares de investigación y estudiantes de apoyo que tuvieron a su cargo la recolección de información en campo. En su gestión, se desarrolló la primera fase de la Campaña “Aprende a ver las señales”. A la conclusión de su gestión, coordina este proyecto Raúl España Cuellar, director del IDIS desde 2018.

España Cuellar le dio un nuevo impulso a la campaña de comunicación y sensibilización sobre el problema de la violencia en pareja; pero además se propuso incidir en la generación de políticas públicas al interior de la propia universidad, por ejemplo, con el fortalecimiento y respaldo a la DDU para la emisión de un reglamento orientado

a las relaciones humanas internas entre pares. Tanto la DDU como el IIISP-TS se incorporaron al equipo de la campaña de manera activa en este momento, y se abrió un espacio a la iniciativa autónoma de esas instancias en el marco de la campaña. Así fue como el IIISP-TS encontró, por ejemplo, un marco institucional a sus investigaciones sobre acoso sexual dentro de la universidad y un equipo que ayude a canalizar sus resultados de investigación, tanto hacia la DDU como hacia la comunidad universitaria, mediante actividades de comunicación y difusión de información.

2. LA INVESTIGACIÓN: PUNTO DE PARTIDA



La investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés* es el primer gran producto del proyecto PAVI para la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”. A partir de la información generada en ese estudio, se elaboró el documento de análisis *Universitarios y violencia en la pareja. Estudio cuantitativo y cualitativo con estudiantes de primeros años de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia*, que disecciona otros elementos emanados de la investigación, y que sirvió también para afinar la estrategia, diseñar líneas de acción, elaborar mensajes, entre otros aspectos, para esta campaña.

La violencia en pareja no es un tema de conversación o reflexión entre la juventud universitaria, así que el solo hecho de introducirlo en este espacio, en el marco de la realización de la investigación antes mencionada –aunque todavía no para mover conciencias sino para provocar la autorreflexión, a través tanto de planificar

como de responder encuestas y entrevistas–, significó una actividad inicial relevante.

Si bien el estudio *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y el documento de análisis pusieron en evidencia una realidad desconocida respecto de las relaciones interpersonales de los universitarios de primeros años, los insumos emanados de ambos productos tuvieron un alcance mayor puesto que sirvieron para:

- Tener evidencia de la dimensión del problema de la violencia en pareja dentro de la UMSA.
- Llamar la atención de las autoridades universitarias sobre este problema.
- Armar un trabajo interdisciplinario con los institutos de investigación en función de la campaña de prevención.
- Tener una fuente de información permanente para crear mensajes e identificar acciones susceptibles de prevención en el largo plazo.

2.1 Generando conocimiento para la acción

El año 2016 se realizó el estudio *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés* a cargo del IDIS, en coordinación con el IETA. En ambas instancias, el concepto de violencia en razón de género fue asumido como el enfoque guía de la investigación porque los gestores de la universidad entendieron que el fenómeno de la violencia sucede en una dinámica de ida y vuelta en las relaciones interpersonales sustentadas en el amor romántico.

Ese año, el director del IDIS, René Pereira Morató, y el auxiliar del IDIS, Daniel López Fernández, por un lado, y por el IETA, su director Jaime Pinto y la economista Martha Oviedo, convocaron a asistentes de investigación de sus respectivas unidades y formaron equipos para ejecutar los respectivos trabajos de campo. En ese momento, la coordinación de toda la

operación estuvo a cargo de la Dirección del IDIS.

La investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as*, en sus dos componentes, cuantitativo y cualitativo, se concibió con el objetivo de *contribuir al desarrollo de una campaña de sensibilización contra la violencia de género en parejas de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), que incluya acciones de investigación, información, comunicación y promoción de los derechos de las mujeres a vivir una vida libre de toda forma de violencia, y que aporte a fortalecer, entre las y los estudiantes y la comunidad universitaria en su conjunto, valores de convivencia y respeto en el espacio educativo universitario y en sus relaciones de pareja* (Pereira et al., 2017).

Tanto en el trabajo de campo cualitativo como en el trabajo de campo cuantitativo, realizados por separado, los investigadores se propusieron averiguar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) de los estudiantes de primeros años de la universidad respecto de la violencia en la pareja.

Investigación cuantitativa. La investigación cuantitativa estuvo a cargo del IETA, utilizando como principal instrumento una encuesta que fue aplicada a una muestra de estudiantes de 54 carreras de las 13 facultades de la UMSA. El director del IETA y la docente Martha Oviedo coordinaron estas

actividades. Para la encuesta se formuló una batería de 48 preguntas sobre CAP respecto de la violencia en pareja. La boleta de preguntas fue autoadministrada por los estudiantes en las aulas, previo permiso del docente y previa explicación de los objetivos de la investigación. La autoadministración de la encuesta, con tiempo controlado y seguimiento pregunta por pregunta, fue decidida después de pruebas piloto porque se demostró que permite eliminar los problemas de la barrera encuestador-encuestado, y deja al encuestado libre para responder con mayor veracidad sobre aspectos de su vida personal que pueden ser delicados.

Investigación cualitativa. La investigación cualitativa estuvo a cargo del IDIS y el trabajo de campo se desarrolló entre octubre y noviembre de 2016. El director del IDIS, el auxiliar de investigación Daniel López y el consultor Rubén Pinto coordinaron y supervisaron todo el trabajo de campo y procesamiento de la información. Para el estudio cualitativo se diseñaron talleres, grupos focales y entrevistas en profundidad, instrumentos que fueron aplicados a estudiantes de ambos sexos de los primeros años de vida universitaria,

buscando una participación equitativa. Un equipo de 15 estudiantes de Sociología participó en el trabajo de campo, tanto en el diseño como en su aplicación. En este caso también el objetivo fue recoger información sobre los CAP de las personas, pero a partir de narrativas y relatos que fueran emanando por parte de los participantes. Como resultado de la aplicación de talleres, grupos focales y entrevistas en profundidad, se obtuvo un conjunto de narrativas que fueron clasificadas, usando el programa Atlas.ti, para identificar temas urgentes y relevantes con el propósito de entender el problema. Actualmente las narrativas están clasificadas y recopiladas en un documento de 300 páginas, además se cuenta con las grabaciones de audio de los talleres y sus respectivas transcripciones en las que se expresan narrativas y experiencias personales de vivir la violencia.

Características de la investigación cuantitativa

CAP sobre la violencia en pareja en la UMSA	
Muestra	3.260 estudiantes de primero y segundo año, con rango de edad de entre 18 y 22 años de edad
Alcance	3.171 encuestas, es decir, 97,3% de la muestra
Rasgos técnicos	95% nivel de confianza y 3,2% de error
Personal comprometido	6 equipos de trabajo de 5 encuestadores y un supervisor, 10 crítico-codificadores/as, 10 transcritores, un ayudante de muestreo y un informático
Tiempo	6 días de aplicación (noviembre 2016)

Fuente: Elaboración propia con base en *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* (2017).

Características de la investigación cualitativa

CAP sobre la violencia en pareja en la UMSA	
Sujetos de investigación	259 estudiantes participantes en talleres, grupos focales y entrevistas en profundidad
Personal	15 auxiliares de investigación, estudiantes de Sociología
Tiempo	2 meses, octubre-noviembre de 2016

Fuente: Elaboración propia con base en *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* (2017).

Análisis de los resultados. Los resultados de la investigación fueron sometidos a un análisis sociológico especializado en estudios de género. En 2017, el producto de este análisis se expresó en el documento *Universitarios y violencia en la pareja. Estudio cuantitativo y cualitativo con estudiantes de primeros años de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia*, elaborado por la socióloga Marlene Choque. Este análisis tiene entre sus productos una base de datos procesada a partir de las transcripciones de la información obtenida en el trabajo de campo de la investigación en entrevistas en profundidad, los grupos focales y los talleres. Junto a ello se cuenta con una nueva base de códigos producto del proceso de recodificación a partir de la identificación de nuevas categorías de análisis. Este análisis puso en mesa la situación de las CAP de la población universitaria diferenciada por facultades, lo que significó pensar a futuro en la focalización de la campaña en determinadas facultades y carreras de la UMSA. La información contenida en la presente sistematización se sustenta en este procesamiento de la información.



Universitarias participan en un grupo focal de la investigación cualitativa sobre violencia en parejas.



Un grupo focal de universitarios en la investigación cualitativa sobre violencia en parejas.



Una estudiante anota la información colectada en los talleres de la investigación cualitativa.

2.2. La evidencia para pensar en la prevención

La investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y el documento de análisis, como punto de partida de la campaña de prevención y sensibilización sobre ese problema, develaron los siguientes problemas centrales en la población universitaria de primer y segundo año, a partir de la indagación en sus conocimientos, actitudes y prácticas:

- La existencia de violencia en relaciones de pareja tempranas (sin haber llegado al matrimonio o la convivencia).
- La naturalización de la violencia en pareja.
- La prevalencia de la violencia psicológica en las relaciones de pareja por encima de la violencia física y la violencia sexual.

A partir de esas tres constataciones globales, se develan las siguientes formas de expresión de la violencia en pareja:

- Las nuevas tecnologías (teléfonos móviles y redes sociales) están siendo apropiadas como instrumento de control de la pareja. Esto implica un uso de elementos simbólicos para el control y la vigilancia.
- La aceptación entre la juventud de los celos buenos/pequeños frente a los celos malos/grandes (lo que puede

ser traducido como violencias buenas y violencias malas). Esto implica un ejercicio de manipulación y control hacia la pareja.

- El consumo de alcohol como detonante de actitudes y prácticas violentas.

La exigencia para entregar la contraseña del celular, las directivas sobre la vestimenta, las opiniones sobre el peinado u otros elementos físicos, la presión para aislarse del círculo de amigos, el control de las actividades particulares, la historia de violencia en la familia de uno o ambos miembros de la pareja son algunos hechos concretos que emanaron de la investigación y se convirtieron en insumos para la elaboración de mensajes dentro de la campaña de comunicación y sensibilización. Además, los resultados del estudio y el documento de análisis sirvieron también para definir su enfoque, para priorizar temas de sensibilización y para reconocer, confirmar y priorizar el público objetivo.

Otros resultados importantes:

- Las y los universitarios identifican con claridad la violencia como un problema, reconocen actitudes y prácticas violentas en las relaciones de pareja, incluso ejercidas por sí mismos.
- Para el 41,6% de los estudiantes hombres, la violencia en pareja es un problema privado. En contraposición,

una menor proporción de estudiantes mujeres (34,3%) considera que la violencia en pareja es un problema privado.

- Las mujeres identifican con claridad las manifestaciones de violencia psicológica (humillaciones, desvalorización, burlas, ridiculización, insultos y gritos).
- Los hombres reconocen más claramente la violencia física (sopapos, golpes, puñetazos, ruptura de huesos).
- Las mujeres (75,4%) más que los hombres (55,8%) reconocen que los celos de su pareja son una forma de violencia. El estudio cualitativo muestra que se trata de un problema bastante complejo.
- En cuanto a las experiencias, los hombres declaran haber sufrido violencia física (51,1%) más que las mujeres (30%).
- Sobre la violencia psicológica, también los hombres declaran haber sufrido esa experiencia (86,4%) más que las mujeres (73,8%).
- Las mujeres, en mayor proporción (42,1%) que los hombres (24,6%), han declarado haber sido víctimas del uso de la fuerza para obligarlas a tener relaciones sexuales.

- Un 40,6% de los hombres declara haber sido presionado para entregar la contraseña de su correo electrónico o celular frente al 31% de las mujeres.
- Las mujeres conocen más que los hombres la existencia de la Ley 348 para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia.

El trabajo adicional de análisis y sistematización de los resultados mostró otro hallazgo en el estudio de los datos por facultad. Se verificó que en Derecho y Ciencias Políticas poca población estudiantil (24,1%), identificaba una actitud violenta en el hecho de obligar a la pareja a mantener relaciones sexuales; por otro lado, los encuestados eran mayoría en Ciencias Sociales cuando se trataba de conocimiento sobre la Ley 348.

Esta información proporcionada por la investigación abre una ventana a la intervención focalizada de la prevención por carreras o facultades dentro de la universidad, susceptible de ser dirigida a grupos de estudiantes con necesidades específicas de capacitación.

Por último, se puede decir que las narrativas obtenidas en el trabajo de campo cualitativo constituyen todavía un material valioso susceptible de ser procesado y analizado de manera independiente, porque describen la

complejidad de las expresiones de violencia en la pareja y en la familia, hablan sobre sus causas y exponen su lugar destacado en las historias de vida de las personas.

2.3 Investigaciones y productos

A casi cuatro años de haberse iniciado la experiencia, se puede decir que la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”, ahora considerada como un todo desde la fase misma de la investigación, ha creado un terreno propicio para acoger otras investigaciones que se enmarcan en los estudios de género. En ese terreno propicio, el IIISP-TS encontró un lugar para enmarcar dos investigaciones (una cuantitativa y la otra con estudios de caso). La investigación “Acoso sexual en la UMSA”, realizada entre 2018 y 2019 con base en una encuesta a estudiantes mujeres sobre este tópico dentro de la universidad, mostró las relaciones de poder ejercidas en ese sentido principalmente por docentes varones hacia estudiantes mujeres. Los estudios de caso que recogen experiencias concretas de acoso están aún en procesamiento.

Ambas investigaciones fueron iniciativa propia de la carrera de Trabajo Social y su Instituto de Investigación (IIISP-TS), y se realizaron con recursos universitarios IDH; pero la problemática abordada encajó con los intereses generales de la campaña, que pretende hacer visible la violencia de género.





Grupos
comienzo en la familia.
mad y celos
la superioridad de la mujer
nes: vestimenta, arreglarse
→ Control de Redes Sociales
de derecho de imponer violencia
libertad
psicológicas: "Estás gorda"
"Era corcha, tranquila... él a la
la ho llevado" (¿staba embarazada)
a través de llamadas:
"estás?"... pero luego pedía per-
odillas y lo volvía a hacer
ogía → Contribuye a la
Publicaciones

Los resultados de estos estudios con el IIISP-TS son objeto de otra campaña comunicacional con enfoque informativo, también coordinada con IpiCOM, esta vez dirigida a las víctimas o potenciales víctimas de acoso sexual dentro de la universidad. Ambas actividades y resultados pueden anotarse como productos que se desgajan del núcleo central, donde también encontraron una cobertura institucional.

Otro producto anexado a la campaña es una guía metodológica para acciones preventivas en violencia de género, elaborada por el IIISP-TS con base en otra experiencia de la GIZ. Está en fase de validación y fue diseñada como método educativo que utiliza las nuevas tecnologías para generar

acciones preventivas. La guía, dirigida a la juventud universitaria, pone énfasis en la deconstrucción de las prácticas que naturalizan la violencia cotidiana, promueve la igualdad entre seres humanos, ayuda a reconocer los diferentes tipos de violencia y guía el qué hacer desde los jóvenes para responder a la violencia. El instrumento está diseñado para utilizarlo individualmente, y está construido con elementos lúdicos, desde una aplicación en el teléfono celular, aunque también incorpora talleres presenciales.

En otro sentido, es importante hacer notar que la universidad es un escenario donde se expresan toda clase de ideas y se organizan distintas agrupaciones políticas. Los grupos de mujeres y de feministas no son la excepción, y si bien no se puede decir que la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” ha generado o cobijado a una organización de estas características, sí es posible afirmar que se han sumado y ha fortalecido esas expresiones y enfoques en el ámbito universitario.



2.4. La interdisciplina, se puede

El trabajo interdisciplinario y multidisciplinario se estimula en la universidad pública para las investigaciones académicas, aunque no siempre se lleva a la práctica. El proyecto PAVI y la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”, que se desprende del mismo, permitieron ese ejercicio interdisciplinario por cuatro gestiones académicas consecutivas, aunque no simultáneamente entre todas las instancias de la estructura universitaria participantes de la campaña.

El IETA fue el único instituto cuyo trabajo se concentró solo en la fase de investigación, junto con el IDIS, sin una participación más amplia posteriormente, salvo en lo que hace a la divulgación de los resultados de la investigación con públicos específicos. En esa etapa de la investigación, se puede decir que si bien ambos

institutos definieron conjuntamente su objetivo de estudio y otros rasgos inherentes a este, posteriormente el IETA se concentró en el estudio cuantitativo y el IDIS en la indagación cualitativa del fenómeno en la universidad. Ese trabajo se hizo con equipos separados que trabajan en tiempos y coordinación diferente, aunque ambos con el enfoque de indagar en los conocimientos, actitudes y prácticas de la comunidad universitaria.

Los institutos de investigación (IDIS, IpiCOM, IIISP-TS), la DDU y el UNFPA coincidieron en la campaña a partir de la fase de comunicación y sensibilización. En este caso, los enfoques desde la sociología, la comunicación social, el trabajo social y los derechos humanos contribuyeron a la elaboración de mensajes, aportaron con criterios sobre tareas de prevención y las formas de llegar al público objetivo.

En síntesis, el proceso de investigación demandó diálogos y, hasta cierto punto, un debate teórico en diferentes momentos de la campaña. Actualmente estos enfoques y opiniones permanecen en intercambio en la medida en que “Aprende a ver las señales de la violencia”, ahora específicamente en aplicación de la estrategia de comunicación y sensibilización, está en marcha y ha ingresado este 2019 a su tercera fase.

Eso me gustó mucho. El IDIS se comprometía a hacer la investigación y la Carrera de Comunicación se comprometía a realizar la campaña (de socialización y sensibilización). Pero además un elemento tremendamente positivo que hemos logrado articular fue esa integración entre el Instituto de Investigaciones de Estadística de la UMSA, la Carrera de Comunicación de la UMSA y la Carrera de Sociología, mediante el IDIS, de la UMSA, es decir, tres carreras. Habitualmente eso no se suele dar, tres carreras nos juntamos con el propósito de identificar cómo se da la violencia dentro de la universidad y después, haciendo una división del trabajo, ve cada quién cuál es su competencia y la emprende (René Pereira Morató, sociólogo y ex director del IDIS).

En el diseño de la investigación estaban las personas del UNFPA, estaban dos comunicadoras, vino una experta en género, después estaban los investigadores del IDIS; había también estudiantes, que participaron. De nuestra parte éramos estadísticos pero no participaron los estudiantes de Estadística en el diseño. Participamos todos en la elaboración, porque se discutió, por qué (una muestra) solo mujeres, por qué no los varones, de qué edades, por qué en ese rango de edades, todo eso lo discutimos, lo hicimos bastante amplio (Martha Oviedo, economista e investigadora del IETA para la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”).



Presentación de la estrategia comunicacional de la Campaña “Aprende a ver las señales”.

3. COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN



El objetivo de diseñar e implementar una campaña de prevención de la violencia dentro de la UMSA fue el punto de partida del proyecto PAVI. Esta campaña de prevención estuvo expectante de los resultados de la investigación, la que posteriormente se convertiría en una fuente de información para el diseño y la definición de una estrategia comunicacional, de líneas de acción, mensajes, actividades, etc.

La campaña de prevención “Aprende a ver las señales de la violencia” toma ese nombre a partir de la constatación, por parte de la investigación, de que la violencia está naturalizada y pasa desapercibida en las relaciones de pareja de los estudiantes de la comunidad universitaria. La Campaña se implementa con el propósito de *Informar y sensibilizar a la comunidad universitaria San Andrés acerca de la importancia de identificar las señales de la violencia en las relaciones de pareja, para acabar con su naturalización, poniendo énfasis en la construcción de una cultura de respeto,*

de diálogo y de cuestionamiento sobre los roles tradicionales de género (Dalenz, 2019).

En su primera fase, la campaña fue diseñada y ejecutada por el IpiCOM, en coordinación con el IDIS y UNFPA, y el apoyo de la DDU. El lanzamiento de la campaña se hizo en septiembre de 2017, en un acto en la UMSA y con participación del rector, Waldo Albarracín Sánchez. En ese momento, ya se tenía conformado y preparado el equipo de voluntariado que trabajaría en la sensibilización sobre la violencia en la pareja en la comunidad universitaria.

La Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” se diseñó para ser ejecutada dentro de la UMSA y está dirigida a la población de estudiantes universitarios, utilizando herramientas de la comunicación participativa y educativa con el propósito de generar reflexión y pensamiento crítico a través de talleres. Esta tarea estuvo a cargo de

las y los agentes de cambio¹, en su primera y segunda fase, como un equipo de estudiantes pensado inicialmente para desarrollar la campaña de sensibilización con sus pares.

Así como en la investigación se optó por una encuesta autosuministrada para dar la total libertad de expresarse en el anonimato a las personas, generar un proceso de comunicación entre pares es otra decisión acertada de la primera fase de la campaña de comunicación. Esta experiencia muestra que la comunidad estudiantil es más propensa a expresar sus problemas, dudas y preguntas ante sus iguales en edad y condición ocupacional (estudiantes), lo que se puede deducir de las actividades en ferias y talleres en las que se propiciaba la confianza necesaria para que los estudiantes expongan historias y experiencias personales.

¹ La convocatoria para agentes de cambio fue abierta a hombres y mujeres; sin embargo, el equipo estuvo formado mayoritariamente por mujeres, como se verá más adelante.

Estaba bien la masificación de la campaña; [pero] había también que pensar en la focalización, porque es muy difícil cubrir las 13 facultades y las 54 carreras. Decidimos desagregar la información que teníamos en el estudio que habíamos elaborado el 2016 por facultades. Identificamos dónde estaban las situaciones más críticas, sobre todo, las percepciones y el desconocimiento sobre la violencia de género. Encontramos que en algunas facultades el desconocimiento de la problemática es mayor, así como la naturalización de la violencia; en estas, las visiones son mucho más conservadoras que otras, [...] patriarcales; allí, el machismo está más expandido, más consolidado. Constatamos que tanto en Derecho como en la facultad Técnica y en la de Medicina son mucho más conservadores. Ahora estamos concentrándonos en la focalización (Msc. Raúl España Cuellar, director del IDIS).

Para lograr esa conexión, se utilizó como soporte minimedios o medios alternativos (afiches, pegatinas, dípticos, señalética, audiovisuales, material didáctico para los talleres) y se logró una llegada a los medios masivos con la intención de difundir los resultados de la investigación y el documento de análisis. Una particularidad de la campaña es buscar la adhesión de autoridades (docentes y estudiantiles) y líderes de opinión dentro de la universidad con repercusiones, hasta ahora, fundamentales para su consolidación interna. Por último, aunque no por el orden de importancia, una presencia innegable de la campaña en la UMSA está dada por la línea gráfica que quedó plasmada en los afiches, la señalética y otros minimedios que han aportado visibilidad e identidad a la actividad.

En la campaña comunicacional se pueden reconocer hasta el momento tres fases que a la vez marcan distintas formas de abordar la difusión de información y sensibilización sobre el tema:

Primera fase (2017). Comunicación y sensibilización: Las líneas estratégicas estuvieron dirigidas a la formación de agentes de cambio, socialización y sensibilización frente al problema incidencia pública dentro de la universidad. El énfasis estuvo puesto en una comunicación interpersonal participativa y que utiliza herramientas pedagógicas para ayudar a deconstruir formas de pensamiento dominantes. Para ello, se trabajó en grupos pequeños, en talleres, propiciando la autorreflexión y el pensamiento crítico a partir de temas disparadores de la discusión. La campaña fue lanzada oficialmente en septiembre de 2017, pero hubo un trabajo anterior de diseño de la estrategia y preparación de los agentes de cambio para ejecutarla. El IpiCOM tuvo a su cargo esta tarea, con la coordinación del IDIS y el UNFPA y con el apoyo de la DDU.

Segunda fase (2018). Incidencia mediática y alianza de adhesión. Mientras hubo continuidad en las tareas de sensibilización de la primera fase con las y los agentes de cambio, esta etapa tuvo además el propósito de gestionar espacios en los medios de comunicación para la difusión de los mensajes de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia”, al mismo



Autoridades, docentes y estudiantes en el acto de lanzamiento de la Campaña “Aprende a ver las señales” en 2017, en la UMSA.



tiempo de coordinar y generar espacios de relacionamiento y posicionamiento de la campaña en ámbitos de la UMSA con autoridades de los estamentos docente y estudiantil. Los agentes de cambio también se focalizaron en ingresar a las facultades de Derecho, Medicina e Ingeniería. El IpiCOM tuvo a su cargo esta tarea, con la coordinación del IDIS y UNFPA y el apoyo de la DDU y el IIISP-TS.

Tercera fase (2019). Visibilizar y expandir. Se busca una mayor visibilidad e impacto de los

mensajes y los productos de la Campaña, a través del uso sostenido de las redes sociales y los medios de comunicación. Para ello, se planificó una expansión de la presencia de la campaña por esos canales, altamente utilizados por los jóvenes, siempre considerando como público objetivo a la comunidad universitaria de la UMSA. Además se buscó una incidencia directa en algunas carreras y facultades, priorizadas por la investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y por el documento de análisis, a través de la firma de convenios.

El IDIS está a cargo de la campaña, con apoyo de IpiCOM, UNFPA, la DDU y el IIISP-TS.

Actualmente la campaña tiene un equipo de coordinación formado por el IDIS, el IIISP-TS, el IpiCOM y la DDU.

En este equipo de coordinación, se aprueban, al inicio de gestión, las líneas estratégicas de la campaña, los contenidos generales de los mensajes, las actividades programadas en el marco del periodo académico y el impulso a

las investigaciones susceptibles de reforzar la campaña. El seguimiento a su planificación se hace en reuniones periódicas en función del avance de los objetivos y las actividades programadas, así como de la necesidad de ajustes a las tareas en marcha.

3.1 Elaboración de mensajes de prevención

Una de las actividades transversales de la campaña ha sido el permanente trabajo en la elaboración de los mensajes de prevención. Estos mensajes se presentaron e hicieron públicos en el discurso a través de la comunicación interpersonal en los talleres, en los productos y la definición de

la personalidad de la línea gráfica (medios alternativos), en los medios de comunicación de la campaña (redes sociales) y en los medios masivos.

- *Elaboración de mensajes para la campaña y sus medios de comunicación:* Junto con los resultados de la investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y el documento de análisis, las y los agentes de cambio elaboraron mensajes que contribuyeron a contar con consignas claras y breves, que se incluyeron en materiales como los audiovisuales. Los mensajes contenidos en los audiovisuales, especialmente sociodramas de situaciones de violencia concreta (ver cuadro Videos producidos por la campaña), fueron trabajados también con guiones elaborados a partir de las narrativas que emergieron de la investigación cualitativa. En la tercera fase, se han sumado nuevos mensajes para la elaboración de más productos de información y sensibilización.

- *Elaboración de mensajes para el trabajo de los agentes de cambio:* Dado que las y los agentes de cambio se entrenaron para ser replicadores de su propia formación, diseñaron sus talleres con los temas: 1. Los roles de género que la sociedad asigna a mujeres y hombres, 2. Los tipos de violencia identificados en las relaciones de pareja en la UMSA, 3. La corresponsabilidad en la gestión de los conflictos y la violencia (IpiCOM *et al.*, 2017: 15). En sus talleres, dirigidos a sus pares estudiantiles, también se introdujeron los lineamientos de la Ley 348 y el papel de la Defensoría de Derechos Universitarios, especialmente cuando se trataba de guiar sobre el qué hacer o dónde acudir en caso de sufrir algún tipo de violencia. Se puede decir que estos talleres atravesaron una fase de validación porque estaban sujetos a ajustes y cambios en la medida en que necesitaban reforzar precisamente la forma de llegar al público con los mensajes. Esta sistematización no ha podido ver, sin embargo, el diseño documentado de un módulo con las temáticas y metodologías que sí se aplicaron en la práctica por parte de los agentes de cambio.
- *Elaboración de mensajes para las adhesiones:* En la medida en que las adhesiones buscan a las autoridades (docentes y estudiantes) de la universidad y a líderes de opinión universitarios, la

llegada a estos ha sido directamente con los resultados de la investigación, la explicación de los objetivos de la campaña y la invitación a sumarse a ella. A su vez, las autoridades y/o líderes de opinión dentro de la UMSA que se suman a la campaña emiten un breve mensaje de adhesión. Esto ha sido importante en la tercera fase de la campaña puesto que las adhesiones anteriormente se expresaban a través de una fotografía con el marco de la campaña, sin otra explicación sobre la misma.

3.2 Medios alternativos

En sus inicios, la campaña optó por trabajar con medios alternativos por su flexibilidad de uso en los talleres de comunicación participativa y en las ferias que se realizan en espacios públicos.

Entre estos medios se encuentran: productos didácticos con los que trabajaron los agentes de cambio (desde papelógrafos con diseño de siluetas de personas, hasta conceptos y palabras plasmados en piezas de papel de colores), audiovisuales que se crearon para generar diálogos en los talleres y ser difundidos por redes sociales, y el material que era soporte de la línea gráfica (afiches, *stickers*, botones, parantes, señalética, artes digitales, etc.).

3.2.1. Soportes de la línea gráfica

La línea gráfica de la campaña emula la señalética de tránsito en la vía pública, la que está construida en colores amarillo y negro para advertir de un peligro a los conductores (“zona escolar”, “curvas”, “hombres trabajando”). La campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” toma el color amarillo similar a esa señalética y lo combina con el color violeta, relacionado con la lucha feminista. A esta combinación se suman los colores blanco y gris en tono suave para las letras.

Los soportes de formas geométricas (triángulos, rombos, octágonos, círculos) de la señalética incluyen advertencias de peligro, demarcaciones de zonas, signos de dirección, etc. Los mensajes ponen énfasis en las manifestaciones de violencia psicológica por ser la más difícil de identificar por la juventud. Se apela a parar el insulto, el control sobre la forma de vestir, poner un alto a los celos, identificar las bromas humillantes o las expresiones que afectan la autoestima. Junto con el mensaje central va una etiqueta o *hashtag* para las redes sociales #ElAmorNoEsViolento y #AprendeAVerLasSeñales, lo que sirve para identificar con su uso a las personas que estuvieran escribiendo o abordando el mismo tema.

Los mensajes son cortos y sencillos, condiciones necesarias para ser leídos sin que una persona detenga su marcha en la calle o en un pasillo. Sin embargo, en este último tramo, la DDU ha hecho algunas adaptaciones a los textos del mensaje, principalmente con el objetivo de difundir información acerca de su rol en la defensa de los derechos universitarios. En ese sentido se han escrito hasta dos frases u oraciones en algunos de estos soportes, por ejemplo: “La Defensoría de los Derechos Universitarios está de tu lado. No a la violencia de género”, saliendo de la línea gráfica inicialmente definida.

El concepto creativo de la línea gráfica fue encomendado, al inicio de la Campaña, a una empresa privada, pero los mensajes fueron construidos con aportes de las agentes de cambio. Más adelante, el equipo de la campaña incorporó a egresados de comunicación con destrezas en diseño, con quienes se siguió enriqueciendo el trabajo. La línea gráfica sirvió para crear una serie de medios alternativos como paletas, parantes, botones, bolsos de papel, *stickers* y marcos fotográficos para retratar a las personas que manifestaran su adhesión a la campaña. Actualmente se trabaja en otra adaptación de la línea gráfica, principalmente para producir materiales (*stickers*) que puedan hacerse visibles en la



oscuridad y que sean atractivos para uso de los jóvenes en sus aparatos electrónicos y *laptop*.

3.2.2 Los audiovisuales

La campaña cuenta con un número importante de videos; entre estos, figuran los que registran los actos públicos y las adhesiones de las autoridades; también aquellos producidos y elaborados exclusivamente por los estudiantes para su difusión por redes sociales y durante los talleres de sensibilización. En la gestión 2019, se ha producido y difundido en TvU y, a través de redes, videos que buscan informar y sensibilizar sobre temas concretos como los celos o el acoso sexual. En ese marco, es posible afirmar que, a través de la difusión de este material, la Campaña va más allá de su público meta, los estudiantes de la UMSA, y llega a sectores amplios de la población, aspecto que no estaba previsto inicialmente en el PAVI.

Videos producidos para la campaña, publicados en CD	
<ul style="list-style-type: none"> • 1 CD interactivo Aprende a ver las señales - El amor no es violento • UNFPA, UMSA, IDIS, IETA, IpiCOM, Facultad de Ciencias Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Primer video. Duración 2.21. “Resultados de la campaña” Mensaje: La violencia viene desde el entorno familiar. • Segundo video. Duración 3.44. “Violencia psicológica” Mensaje: Problemas en la autoestima y minusvaloración de la mujer • Tercer video. Duración 1.33. “Violencia física” Mensaje: Se refiere al maltrato de la pareja. • Cuarto video. Duración 2.30. “Violencia sexual” Mensaje: Forzar a tener relaciones sexuales.
<ul style="list-style-type: none"> • 1 CD Spots con los resultados de la campaña. • UNFPA, UMSA, IDIS, IETA, IPICOM. • 14 videos (7 originales y 7 con subtítulos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Video 001. Duración 1.05. Situaciones más recurrentes de violencia • Video 002. Duración 1.03. Resultados de violencia (psicológica, física y sexual) • Video 003. Duración 0.50. Naturalización de la violencia • Video 004. Duración 1.09. Violencia como problema privado • Video 005. Duración 1.11. Principales causas para desatar la violencia en las mujeres • Video 006. Duración 0.56. ¿Cuándo se inicia la violencia en pareja? • Video 007. Duración 1.12. ¿Dónde denunciar?
<ul style="list-style-type: none"> • DVD 2018 Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” 2017-2018 Documental Dirección y producción Brian Dalenz 	<ul style="list-style-type: none"> • Video • Duración 15.10

Fuente: Elaboración propia con base en revisión de los CD.

3.2.3 Tomando el espacio público

Si bien el espacio público no es un medio de comunicación alternativo, se puede decir que cumple esa función en determinado momento, como sucedió y aún sucede en la campaña. El material impreso elaborado para la Campaña, ha ocupado los espacios públicos dentro de la universidad (jardines, pasillos, oficinas) de manera que forma parte del paisaje institucional. Ese material también ha salido ocasionalmente del ámbito universitario para sentar presencia en ferias y espacios culturales de la ciudad de La Paz.

La presencia en el espacio público es importante porque se interactúa con otras instituciones con preocupaciones similares y se llega a un público heterogéneo. Al ser actividades episódicas, las ferias sobre violencia contra las mujeres a las que se

acopló la Campaña “Aprende a ver las señales” permitieron tener presencia en estos espacios de la ciudad. En septiembre de 2018, se mantuvo un stand en la plaza Villarroel de la ciudad de La Paz, en la Feria de la Red contra la Violencia Actúa, impulsada por la Coordinadora de la Mujer.

La 32° versión de la Entrada Folklórica Universitaria de 2019 fue otra oportunidad de presencia en el espacio público, un paso que se preparó con anterioridad asistiendo a los ensayos dentro de la universidad para mostrar “Aprende a ver las señales de la violencia” a las fraternidades culturales. Durante la Entrada Folklórica, la campaña recibió adhesiones de las representantes (ñustas) de los conjuntos folklóricos, principalmente, así como de algunas autoridades universitarias.

Otro momento importante de toma del espacio público ha sido la marcha universitaria institucional del 25 de noviembre en el día de la Eliminación de la violencia contra la mujer y la actividad previa denominada “La Ruta contra la Violencia”. Esta actividad que

se reproduce a nivel internacional tuvo como soporte visual los materiales producidos con la línea gráfica de la campaña. La UMSA le ha dado su importancia desde el Honorable Consejo Universitario con la emisión de la Resolución 704/2017 para institucionalizar la marcha de manera anual.

3.3 En los medios masivos

La Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” tiene un componente de difusión masiva cuyo propósito es sentar una presencia pública del mensaje central dentro y fuera de la universidad.

La población universitaria está compuesta por miles de estudiantes dispersos en distintos edificios en la ciudad, e inmersos en dinámicas y horarios diferentes. La difusión masiva de mensajes tiene la intención de llegar a ese público a través de los medios de comunicación universitarios, las redes sociales propias de la campaña, el circuito cerrado de televisión en la universidad y la exposición de la señalética.

La idea es sostener el mensaje preventivo en los espacios de circulación y permanencia de los estudiantes (pasillos, patios, jardines, cafeterías), a través de la exposición de la señalética y mensajes por el circuito cerrado de televisión. A continuación se analiza los distintos formatos y medios que utiliza la campaña para la difusión de los mensajes.



SI DUELE
NO ES
AMOR
El amor es libre y se da



SI DUELE
NO ES
AMOR
El amor es libre y se da



SI DUELE
NO ES
AMOR
El amor es libre y se da



SI DUELE
NO ES
AMOR
#AprendeAVerLasSeñales

ZONA
WIFI LIBRE
DE CELOS
#AprendeAVerLasSeñales

ZONA
WIFI LIBRE
DE CELOS
#AprendeAVerLasSeñales

3.3.1 Redes sociales

Si bien las redes sociales no demandan la compra de espacios ni grandes inversiones de dinero, las consideramos un medio masivo por la capacidad de llegar a miles de personas, principalmente jóvenes. La campaña generó una página de Facebook, otra en Twitter y una cuenta de Youtube mediante las cuales se socializa las actividades propias, con énfasis en la difusión de productos audiovisuales.

Facebook: Creada en septiembre de 2017. Es la red social de mayor movimiento en número de mensajes posteados (ver Anexo 1), pero por ahora con escasa interacción con los usuarios. Actualmente cuenta con 710 seguidores y tiene 679 “me gusta”.

Twitter: Creada en octubre de 2018. Sin movimiento desde el 31 de enero de 2019. Tiene 2 seguidores. Esta red social es menos visual, pero requiere una alimentación constante de mensajes al ser un microblog. Vale la pena evaluar su continuidad.

Youtube: En el canal de la campaña se ha subido 4 videos, los dos últimos hace 11 meses. Es importante alimentar esta red social inicialmente subiendo los videos destacados producidos durante la campaña, y posteriormente alimentar paralelamente a Facebook y a Youtube con esos videos.

3.3.2 Medios de comunicación

Los mensajes de la campaña se difundieron por los medios de comunicación de la universidad (TvU, radio San Andrés y el periódico *La Cátedra*), y por la prensa nacional que replicó los resultados de la investigación y el lanzamiento oficial de la campaña (ver Anexo 2). La mayor parte de las publicaciones en medios masivos corresponde a los años 2017 y 2018.

El periódico *Página Siete* destacó la información en su tapa el 21 de septiembre de 2017, y con anterioridad había dado cobertura al tema. *La Razón*, *Agencia de Noticias Fides* y el periódico *El Altoño* reprodujeron los resultados de la encuesta, y la noticia fue replicada por otros portales de noticias como *Eju.tv*.

En TvU, la campaña apareció en distintos programas de televisión: “La Mañana de TvU”, “Jaque Mate”, “Casimira en Familia”, “Contacto UMSA” y “Panorama Universitario”. Además hubo una aparición en Radio Difusoras Populares (RTP), en “La Tribuna Libre del Pueblo”. Este año hubo entrevistas en la radio de la Aso-

ciación Provincial de Radios Comunitarias de Bolivia (Red APRAC) y Radio Universitaria San Andrés; esta última produjo por iniciativa propia cuñas y jingles radiales para la campaña.

Los propios gestores de la investigación y de la campaña de comunicación acudieron a esos programas para difundir los resultados de la investigación y las actividades; pero también, a requerimiento de los periodistas, se convirtieron en voceros de la lucha en contra de la violencia hacia las mujeres. Este último hecho recobra importancia en el contexto nacional en el que la violencia contra las mujeres y los feminicidios mueven a los medios de comunicación a convocar a los líderes de opinión a manifestarse sobre este problema.

3.4 Comunicación interpersonal

Para alimentar al diseño de esa estrategia de comunicación, un dato relevante emergente de la investigación *Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as* y del documento de análisis fue conocer los medios de comunicación de preferencia de la comunidad estudiantil para informarse y enterarse acerca de este tema. Las charlas, seminarios y grupos de Facebook fueron elegidos por los encuestados, en ese orden de importancia, lo que muestra la opción por la comunicación interpersonal e, implícitamente, su deseo de ser escuchados e interactuar activamente al mismo tiempo que escuchar a un facilitador. Por eso es que los talleres impartidos, como se ha mencionado, por las y los agentes de cambio, fueron la actividad central de la campaña en su primera y segunda fase.



3.4.1 Talleres y foros

Estos espacios se concretaron como instancias tanto de formación como de sensibilización sobre la problemática de la violencia en pareja. Los talleres fueron desarrollados por los agentes de cambio, con la coordinación de una docente del IpiCOM, mientras que en los foros había la participación de mayor número de responsables de la campaña (IDIS e IpiCOM) porque se trataba de difundir los resultados de la investigación a un público de invitados especiales, entre ellos, docentes y estudiantes.

Talleres de sensibilización: Estos talleres fueron impartidos en distintas carreras de la UMSA en los temas: roles de género que la sociedad asigna a mujeres y varones, tipos de violencia identificados en las relaciones de pareja de la población universitaria, y la corresponsabilidad en la gestión de conflictos y la violencia (IpiCOM *et al.*, 2017: 15). En 2018 se realizaron siete talleres en Ciencias Sociales, Ciencias Políticas y Medicina, sin haber podido concretar talleres en Ingeniería (debido a su dinámica académica interna) a pesar de la coordinación previa con sus autoridades. Entre octubre y noviembre de 2017 se realizaron

dos foros y cinco talleres en las carreras de Administración de Empresas, Ciencias Puras y Naturales y Ciencias Sociales. Los foros fueron espacios para un público masivo, con invitados entre los que se contaba a las autoridades docentes y dirigentes estudiantiles.



Estudiantes en un taller de sensibilización para convertirse en agentes de cambio.

3.4.2 Ferias

La participación en ferias dentro y fuera de la universidad fue una oportunidad para sensibilizar a un público externo de adultos (especialmente mujeres), adolescentes e inclusive niños. Las agentes de cambio contaron con este otro espacio para probar sus metodologías y mensajes, y recibieron retroalimentación del público, que sirvió para reforzar y fortalecer su discurso y buscar nuevos conocimientos. En la gestión 2019, ya sin agentes de cambio, la dinámica de participación en ferias continúa con el apoyo de los “Universitarios IpiCOM”.

Una mención especial merece La Ruta Contra la Violencia, a iniciativa de la DDU, que es una feria previa a la marcha en conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, donde la universidad pública gana las calles de la ciudad el 25 de noviembre.

Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” en el espacio público

Actividad	Fecha	Descripción	Lugar
Feria en el Día de la NO Violencia	24/11/17	Participación con stands	Atrio UMSA
Participación en la feria de la Red contra la violencia ACTÚA	20/09/18	Presencia con un stand	Plaza Villarroel
Participación en la Estufería UMSA – Feria Estudiantil de Investigación, Innovación e Interacción Social	20/09/18	Presencia con un stand junto a institutos de investigación	Atrio UMSA
Segunda Jornada de No violencia contra la mujer	23/11/18	Participación de la feria	Monoblock Cancha de Adm. de Empresas
Participación en la Marcha Institucional contra la Violencia de Género – Ruta contra la Violencia	26/11/18	Participación con diferentes instituciones	Centro de La Paz
XXXII Entrada Universitaria (además en los ensayos en predios universitarios)	03/08/19	Buscando adherentes a la campaña entre bailarines y autoridades	Centro de La Paz
Participación en la Estufería UMSA - Feria Estudiantil de Investigación, Innovación e Interacción Social	06/09/19	Participación en un stand	Atrio de la UMSA
Feria del Día del Estudiante en contra de la Violencia	19/09/19	Informar y sensibilizar a la comunidad universitaria sobre tema de la campaña	Atrio de la UMSA

Fuente: Elaboración propia con base en informes de la campaña y revisión en página de Facebook.



Una agente de cambio difunde el mensaje de la campaña en una feria.

3.4.3 Adhesiones

El diseño de la campaña incluye la adhesión de personalidades de la UMSA y tiene el propósito de despertar el interés en la población universitaria sobre la problemática, al ser un líder de opinión, una autoridad o un representante dentro de la universidad quien públicamente manifiesta su apego a los objetivos de “Aprende a ver las señales de la violencia”. Previamente a ello, cada invitado transita un breve camino de inducción hacia los contenidos, característica y objetivos de la campaña. Las adhesiones de autoridades universitarias, así como de representantes estudiantiles, quedaron registradas con mensajes contra la violencia en pareja en pequeños audiovisuales y subidos a Facebook.

Una de las primeras autoridades en manifestar su adhesión espontánea fue el rector de la UMSA, Waldo Albarracín Sánchez, quien, por iniciativa propia, durante el lanzamiento de la campaña, en septiembre de 2017, se autoidentificó como su vocero. Los decanos de las facultades, directores de carrera, directores de unidades, secretarios ejecutivos de centros de estudiantes, representantes de fraternidades y colectivos culturales universitarios también han manifestado su adhesión.

La idea es que esta adhesión no sea solo una manifestación de buenas intenciones, sino que se manifieste en la práctica con la apertura institucional a la campaña y a los mensajes de la campaña. Este es un objetivo logrado con la adhesión, por ejemplo, de los directores de las carreras de Administración de Empresas y Enfermería, que incluso demandaron más talleres de los inicialmente propuestos, convocaron estudiantes y cedieron horas y espacios para el desarrollo de actividades.

3.5 Agentes de cambio

La estrategia de comunicación de la Campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” puso énfasis en la formación de agentes de cambio como promotores de una concepción que rompe con la idea tradicional de las relaciones entre hombres y mujeres en una sociedad marcada por los

roles de género y una visión patriarcal. La concepción de la agencia política fue tomada de Martha Nussbaum y Amartya Sen para representar a personas capaces de impulsar cambios en su propio entorno social, en este caso, a partir de protagonizar un cambio individual, asumiendo un compromiso frente a su propio desarrollo (IpiCOM *et al.*, 2017: 11).

Las y los agentes de cambio tuvieron a su cargo la tarea de sensibilizar a la juventud universitaria en talleres en los que se fomentaba la participación, utilizando elementos didácticos que funcionaron como disparadores de ideas. La reflexión en torno a la violencia en pareja se construía de manera conjunta considerando las opiniones y la percepción de los participantes, a partir de las cuales se generaba análisis, crítica, reforzamiento de ideas, etc.

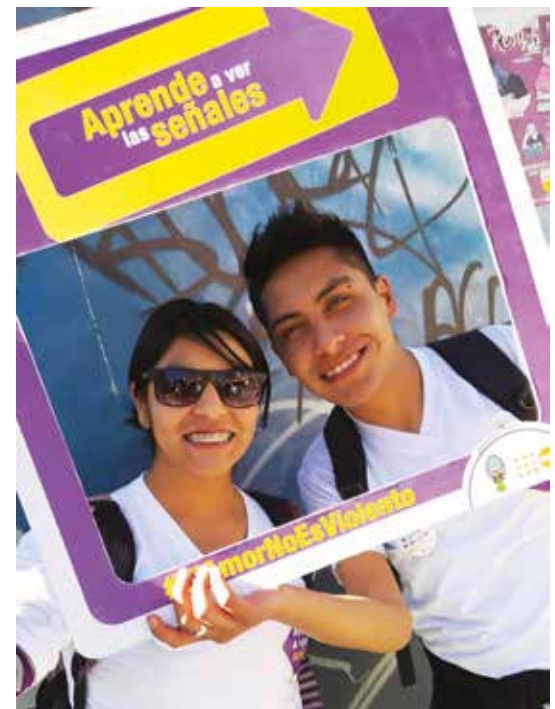
La cuestión administrativa era pesada, mandar cartas con sellos, se entrepapelan, no se leen. Por ejemplo, una vez en Cota Cota (campus de Ciencias Puras) hemos chocado con eso, nos ha costado llegar porque el material era numeroso y pesado, había aula, pero no había personas, no han difundido la convocatoria. Ese rato teníamos dos opciones, decir lo hemos intentado y nos vamos, o llamaremos a los chicos, así vienen aunque sean 5. Más bien hemos logrado llenar (el aula), teníamos 25 personas, les hemos dicho vamos a dar material, videos, charlas y ya. Ese día ha sido bien cansador, estábamos todos bien cansados, pero bien felices. Los chicos estaban jugando fútbol y nosotros ‘ya pues, chicos, vamos’, nos han dicho ‘¿pero va a haber refrigerio?’, ‘sí, va a haber’. Les hemos jalado y era el grupo que más se ha expresado, que más ha hablado. Ellos son muy racionales, daban su opinión: ‘a mí la violencia me parece esto’, era realmente lo que queríamos rescatar porque tenemos que saber qué piensan para nosotros guiarlos (Yoshío Parisaca y Marlene Quispe, agentes de cambio).

Se ha determinado en el estudio que la violencia de género se da entre los estudiantes universitarios desde relaciones muy tempranas... Con esos resultados, el IpiCOM planteó una campaña, yo la concebí con una visión y enfoque de la comunicación de cambio social, un enfoque de la comunicación que busca transformaciones colectivas, basado en lo que plantea Paulo Freire sobre la comunicación como un proceso de diálogo, un proceso en el que no hay un actor principal sino todos somos actores y se construye el conocimiento de forma conjunta, de manera muy participativa (Carmen Rivero, docente IpiCOM y responsable de la campaña “Aprende a ver las señales” en su primera y segunda fase).

La convocatoria para agentes de cambio fue abierta y de libre voluntad dentro de la comunidad universitaria. No hubo requisitos ni criterios de selección para formar el equipo, pero haber lanzado la convocatoria desde la Facultad de Ciencias Sociales y más precisamente desde la Carrera de Comunicación Social determinó que la mayoría de estudiantes pertenecieran a esa carrera. En los hechos respondieron a la convocatoria y se comprometieron principalmente mujeres. En la gestión de 2017, de un total de 20 agentes de cambio, 18 eran mujeres y 2 hombres.

El equipo fue reforzado con nuevas incorporaciones a medida que llegaba a más personas con los talleres, pero su número siempre osciló alrededor de la veintena. Entre las últimas incorporaciones registradas se contaron estudiantes de Trabajo Social, Enfermería y Administración de Empresas.

Los resultados del trabajo de las agentes de cambio no han sido evaluados, tampoco los impactos en su propia formación, y este último factor parece haber tenido un peso fundamental en su identidad individual. La campaña ha generado una autoevaluación, sin embargo, bastante general de las agentes de cambio, realizada en términos de FODA en 2018 (Cossío, 2019). En esta se anotan:



- Fortalezas: perseverancia, compromiso y responsabilidad.
- Oportunidades: alcanzar nuevos públicos, sensibilizar a la comunidad, expandir la campaña.
- Debilidades: falta de comunicación en el equipo de trabajo, poca participación de la comunidad universitaria.
- Amenazas: falta de coordinación, retraso de recursos, una organización sin comunicación.

Esa autoevaluación se queda corta en la descripción de las fortalezas de las agentes de cambio, las que se pueden percibir aún ahora finalizada la experiencia. Se puede decir que el conocimiento y las actitudes respecto de la



equidad entre hombres y mujeres, su visión crítica de las relaciones patriarcales y su forma de identificar la violencia en la pareja son parte de su enfoque para desarrollar su práctica laboral y, según sus testimonios, actualmente también forma parte de su mirada cotidiana para vivir en sociedad.

El trabajo de las agentes de cambio tuvo cierto nivel de improvisación y falta de planificación. Sin embargo, esos desaciertos fueron suplidos con la iniciativa acertada de sus voluntarias ante situaciones adversas y la flexibilidad en su toma de decisiones, actitudes que anotaron éxitos en los momentos que inicialmente se contaban como fracasos. Con la guía de la docente responsable, su organización interna las

llevó a resolver problemas sobre la marcha, tener creatividad para proponer respuestas inmediatas, practicar el trabajo en equipo y capacidad para inspirar a sus pares dentro de una problemática que no es común abordarla en el espacio universitario.

Actualmente se ha descontinuado la formación y el ejercicio de los agentes de cambio en la campaña, a pesar de que los profesionales del IDIS e IpiCOM consideran que su método pedagógico de llegar a sus pares es la forma más efectiva de perseguir un cambio de percepciones, actitudes y conductas. Otra evaluación de tipo más administrativa señala, sin embargo, que la actividad de los agentes de cambio significaba demasiado trabajo para pocas repercusiones, mucho esfuerzo para pocos resultados. En este caso el elemento central es la definición del objetivo de la campaña: si el objetivo es posicionar “Aprende a ver las señales de la violencia” en la comunidad universitaria con un discurso principal (que puede tener varios mensajes), o si es promover un cambio social en la comunidad universitaria con base en los hallazgos de la investigación, los mensajes y sus medios de difusión, así como sus metodologías centrales, serán diferentes.

Los rasgos de la formación y el ejercicio de las agentes de cambio fueron los siguientes:

Para la tercera fase, se decidió no continuar con los agentes de cambio y convocamos a nuevos jóvenes que están en los primeros años de la universidad y en alianza con el IpiCOM, nuevamente con la directora la Lic. Esperanza Pinto, logramos formarlos en los objetivos de la campaña. Ahora tenemos a los Universitarios IpiCOM. Hemos tenido un taller de capacitación para ellos con Griselda Sillerico, que es la Defensora de los Derechos Universitarios, para que sepan de qué se trata la campaña y los objetivos de esta campaña, pero no hemos tenido la oportunidad de hacer muchos eventos con ellos. El primero ha sido la feria del día del estudiante, Estufería, ellos han estado ahí, han sido guías, han dado la información, han dado la sensibilización, han invitado a las personas a que se unan... (Brian Dalenz, coordinador de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” en su tercera fase).





3.5.1 Factor reflejo y convencimiento

Una vez que acudieron a la convocatoria, conocer el concepto de la violencia en pareja y la información sobre este fenómeno en la universidad fue completamente nuevo para las y los agentes de cambio. El descubrimiento de esta nueva realidad fue más impactante en la medida en que reflejaba situaciones que no eran ajenas a su experiencia ni a su historia personal directa o indirecta.

A través de ejercicios de pensamiento crítico y autorreflexión en los talleres de inducción al tema, las y los agentes de cambio fueron adquiriendo un compromiso con la defensa de los derechos humanos y los derechos de las mujeres a una vida libre de violencia. Este elemento de convencimiento ha implicado una deconstrucción y simultáneamente una nueva construcción de los valores en las relaciones humanas de las jóvenes involucradas.

Las y los agentes de cambio asumieron el reto de contagiar esa deconstrucción de las nociones patriarcales a su entorno universitario en los talleres de réplica que fueron planificados, diseñados e impartidos por ellas. Además se vieron interpeladas/os a buscar respuestas más firmes a las preguntas y actitudes críticas de los estudiantes.

Una vez que conoces el tema, si tienes tu mejor amigo, pero ves que él no trata de una buena forma a su enamorada, de por sí ya te choca. Creo que (el impacto en mí) primero va por el lado humano. A veces cuando vas por la calle y estás con tus amigos, porque incluso existe la violencia a una persona desconocida, y solo por el hecho de silbarle y decirle cosas, eso ya te incomoda, como que eso ya no está bien, no es como antes, que '¡ah!, normal, no pasó nada', no, te molesta (Yoshío Parisaca, agente de cambio).

Había chicos que, cuando terminábamos el taller, se acercaban y preguntaban 'dónde podemos ir para más información porque tengo una amiga que está sufriendo ese tipo de violencia'. Siempre pedían consejo y eso te hace sentir bien porque has llegado a tu objetivo en el que has conmovido, has hecho reflexionar a esos chicos sobre violencia de género..., has ayudado de alguna manera, has aportado, has aprendido, has reflexionado, por ese lado lo veo bien fortalecedor (Marlene Quispe, agente de cambio).

3.5.2 Voluntariado

Las y los agentes de cambio se comprometieron como voluntarias/os tanto en su formación en los talleres como en la posterior sensibilización de otros estudiantes en la problemática. La campaña se benefició de este trabajo voluntario que estuvo movido por el convencimiento y compromiso de las y los estudiantes, sin mediación de remuneración u otros incentivos materiales, salvo en contados casos en que recibieron un estipendio para tareas de apoyo en la campaña.

El único problema del voluntariado, pero a la vez propio de esta actividad, es que se veía subordinado a las rutinas académicas de las estudiantes (periodos de exámenes, recesos) y a los plazos de gestión institucional de la universidad.

3.5.3 Retroalimentación

En su práctica en contacto con la población universitaria en los talleres, las y los agentes de cambio confirmaron los resultados de la investigación, recibieron más información sobre la violencia en pareja y se sintieron interpeladas/os a responder a nuevas situaciones, problemas e historias de vida expuestas por la comunidad universitaria. Esa retroalimentación de sus mensajes las y los forzó a buscar respuestas de manera colectiva, y demandaron mayor capacitación incluso por fuera de la universidad, con entidades de la sociedad civil con especialidad temática.

Luego de esta interacción de ida y vuelta con otros profesionales, las y los agentes de cambio producían sus propios mensajes y elaboraban argumentos reforzados sobre la violencia en la pareja, para ir nuevamente al encuentro con la comunidad universitaria en el siguiente taller.

3.5.4 Fortalecimiento de capacidades

El proceso de formación fue paralelo y continuo durante toda la campaña. Las y los agentes de cambio demandaron conocimientos y fortalecer capacidades a medida que su trabajo se probaba en la práctica frente a la comunidad universitaria. Las y los voluntarias/os aprendieron a canalizar las solicitudes de orientación de la población universitaria hacia las unidades y los profesionales capacitados para ese trabajo puesto que tenían conciencia y formación ética para no suplantar a una persona especializada. Pero a la vez solicitaron talleres de capacitación para poder dar una respuesta inmediata, de contención, ya con otro tipo de herramientas, a las personas que se acercaban en los talleres y ferias a exponer su caso particular.

3.5.5 Más allá de la universidad

Los impactos de la formación y capacitación a las agentes de cambio no han sido evaluados. Las entrevistas a docentes y estudiantes hacen referencia a que algunas de ellas se apropiaron del tema para sus tesis de grado y otras dan muestras de continuar con un activismo individual en redes sociales. Los tres agentes de cambio seleccionados para esta sistematización están involucrados en proyectos relacionados con la prevención de violencia contra las mujeres en oficinas fuera del ámbito universitario: SLIM UMSA, un proyecto sobre prevención de la violencia en el área rural trabajando con profesionales de otras áreas, y en la Dirección de Atención Social Integral en el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLPA). A pesar del tiempo transcurrido, aún podría ser evaluada su capacidad de agencia política actualmente en su vida cotidiana y en su entorno social-laboral.

El enfoque comunicacional fue lo mejor de la experiencia, ya que a través de él se logró formar agentes de cambio que hasta el momento desarrollan trabajo en investigación y se desempeñan en sus labores profesionales desde esta orientación. Si bien no se logró llegar masivamente a los estudiantes, a través de la sensibilización se ha conseguido hacer un trabajo de reflexión directa, cara a cara, a través de la comunicación para el cambio social y la educación popular, desde las mediaciones. El apoyo de la dirección del (IpiCOM) a la campaña, la coordinación con los Agentes de Cambio, el apoyo desde los docentes de la Carrera de Comunicación Social y de carreras de facultades de la UMSA que nos abrieron sus puertas fueron claves del intenso trabajo realizado (Esperanza Pinto, Directora del IpiCOM).

Eso me ha ayudado mucho en el ámbito laboral, antes no tenía la fuerza de defender a alguien que está siendo agredido o que está siendo insultado; ahora sí, se podría decir que me ha aumentado mucho carácter, y más que todo el conocimiento para no dejar que otras personas vivan en violencia, hablándoles, aconsejándoles; pero ser agente de cambio me ha ayudado más en saber cómo actuar frente a un tipo de violencia que está pasando frente a ti, al lado tuyo (Dania Quispe, agente de cambio).



Algunos de los diseños de stikers y cuadernos producidos para la Campaña 2019.

4. FORMACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES



La incorporación del enfoque teórico de la violencia en razón de género ha sido transversal a todas las etapas del proyecto, lo que implica el diseño de la investigación, su ejecución y posterior campaña comunicacional. En todos esos momentos, las personas involucradas se acercaron de manera individual y/o colectiva al concepto de violencia de género, hecho que alcanzó a profesionales que abordaban por primera vez esta problemática y este enfoque. En este sentido, un grupo de docentes y estudiantes se gestó su propia capacitación teórica en el equipo, en la medida en que sería su instrumento de trabajo.

Una vez finalizada la investigación, UNFPA promovió el fortalecimiento de los distintos acápite del estudio para enriquecer su análisis; así se generó otro espacio donde participaron las personas encargadas de la gestión de la investigación, las involucradas en la investigación y las encargadas de la campaña comunicacional. El enfoque de

violencia en la pareja quedó como guía de trabajo para las futuras actuaciones de la campaña.

Junto a la formación y capacitación en la concepción de la violencia en la pareja, el proyecto exigió un segundo tipo de fortalecimiento que estuvo exclusivamente a cargo de los docentes de la universidad: la capacitación en técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, para estudiantes de Estadística y Sociología, y la capacitación en herramientas comunicacionales, para estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

4.1 Formación de los investigadores

La formación de los docentes y estudiantes investigadores se desarrolló en el momento de diseño de la investigación, espacio que sirvió para introducir colectivamente el concepto de violencia de género, las manifestaciones de la violencia de género y las políticas públicas elaboradas para atender las consecuencias negativas de esas

El enfoque cualitativo a lo mejor ha trabajado más con mujeres, pero la violencia es un fenómeno relacional, entonces hay que estudiarla necesariamente desde los dos puntos de vista. La misma definición está marcando que cuando hay violencia es una persona que la ejerce sobre otra. Por eso yo planteaba que en esta temática no solo debemos culpabilizar a los varones, si bien en Bolivia está presente claramente un sistema patriarcal, también las mujeres hemos naturalizado la violencia y la seguimos reproduciendo cuando estamos aceptando que nuestra pareja nos jalonee, nos grite, nos controle, también estamos aceptando este tipo de relación que puede ser tipificada como violenta (Marlene Choque, docente Sociología UMSA).

prácticas. Todo ese conocimiento, apoyado en el marco conceptual, sería volcado en formularios de encuestas, preguntas de entrevista y de grupos focales para el trabajo de campo.

Un segundo aspecto de la formación estuvo concentrado en fortalecer las capacidades de investigación. Los docentes de Estadística capacitaron de manera general a estudiantes, reclutados a través de una convocatoria abierta, en la aplicación y supervisión de encuestas para recoger la información; en el estudio cuantitativo, se trabajó con supervisores, transcriptores y procesadores de datos. Para la investigación cualitativa, el IDIS preparó a los estudiantes, que respondieron también a una convocatoria abierta, para que pudieran participar de la planificación y ejecutar el recojo de información en los grupos focales, entrevistas en profundidad y talleres con sus pares.



4.2 Formación de los comunicadores

Las estudiantes de Comunicación Social, inscritas como agentes de cambio, recibieron capacitación en el enfoque teórico de violencia en la pareja y cómo prevenirla, a través de procesos participativos de autoconocimiento y reflexión. Además, en el transcurso del proyecto, se entrenaron en reconocer los tipos de violencia, los contenidos de la Ley 348 y otros elementos útiles para su interacción con la población objetivo. Las agentes de cambio fueron uno de los elementos centrales de la campaña de comunicación y sensibilización porque después de un breve proceso de formación fueron encargadas de replicar esas capacidades en sus pares universitarios.

La segunda formación importante estuvo en el campo de la comunicación participativa, proceso en el que se fortaleció a las participantes con herramientas pedagógicas para crear dinámicas educativas, estrategias de comunicación, trabajo con grupos humanos, uso de medios alternativos, etc.

La formación y el fortalecimiento de capacidades de las agentes de cambio se plasmó en la fabricación y elaboración de distintos materiales para su propio trabajo de difusión de información y sensibilización en talleres, foros y ferias, además de la preparación, la organización y la planificación de esas actividades.

Contenido de la capacitación dirigida a agentes de cambio

Temas desarrollados por UNFPA

- Violencia de género / violencia en las relaciones de pareja
- Amor romántico
- Formas de violencia
- Género, violencia y comunicación

Temas desarrollados por IpiCOM

- Violencia estructural y patriarcado
- Violencia de género y masculinidades
- Homosexualidad y homofobia
- Contención emocional, autoestima y liderazgo
- Violencia de género, corresponsabilidad y consumo de alcohol

Temas para reforzar otras habilidades (invitados externos)

- Autoestima y liderazgo
- Contención emocional
- Homosexualidad y homofobia
- Metodologías participativas basadas en la educación popular
- La ejemplificación en temas de violencia de género (uso del lenguaje)
- La agencia como comunidad y compromiso con la sociedad
- Masculinidades hegemónicas

Fuente: Informe de Carmen Rivero e Informe de Fabiola Cossío.

Por otro lado, es interesante el hecho de que algunas de las agentes de cambio tuvieron que luchar incluso con su timidez, falta de experiencia para hablar en público y carencia de herramientas para manejar grupos de personas. En su momento, en un espacio de autoevaluación, ellas expusieron

sus demandas para superar esas dificultades y los coordinadores buscaron apoyo de instituciones especializadas para cubrir estas falencias. Esas acciones han demostrado la capacidad de adaptarse y ajustar su trabajo en función de las necesidades que aparecen en el camino y en confrontación con la práctica.

4.3 Fortalecimiento de capacidades

En ese sentido, el fortalecimiento de capacidades también tuvo el apoyo de entidades externas a la universidad, las que fueron convocadas por su experticia en campos concretos. Los gestores dentro de la campaña supieron encontrar puntos de coincidencia con esas instituciones y canalizar sus potencialidades hacia los objetivos de la campaña.

De esta manera fue que el CIES, el Centro de Investigación Social Tecnología Apropriada y Capacitación (CISTAC), la Campaña Actúa de la Coordinadora de la Mujer, el Colectivo Metamorfosis, Trenzando Ilusiones, Círculo Achocalla y el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA) fueron convocados para fortalecer capacidades de los agentes de cambio, y en algunos casos ese apoyo era recíproco de parte de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” porque se sostuvo en acuerdos de intercambio de actividades.







Diseños de señalética de la Campaña.

5. RESULTADOS DE “APRENDE A VER LAS SEÑALES DE LA VIOLENCIA”



La primera fase de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” cuenta con una pequeña evaluación del conjunto de actividades y productos emanados en el primer año de puesta en vigencia. En este examen aparecen destacados como resultados positivos la investigación como fuente de información para la campaña comunicacional y herramienta de incidencia pública, la formación de las agentes de cambio como promotoras contra la violencia en pareja, la apertura de espacios de reflexión sobre este tema en la universidad, la conformación de un equipo interdisciplinario para tareas de investigación y la vocería de la campaña a cargo del rector de la UMSA, Waldo Albarracín Sánchez (IpiCOM *et al.* 2017).

A continuación, esta sistematización describe algunos resultados centrales de la campaña de prevención que implica tanto el desarrollo de la investigación como la aplicación de la estrategia comunicacional y de sensibilización en sus tres fases.

Incidencia política

La campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” cuenta entre sus resultados con algunos cambios institucionales provocados por su intervención y que pueden ser susceptibles de ser profundizados. Aquí anotamos estos resultados como incidencia política.

- Haber logrado que las autoridades universitarias impulsen y concreten gestiones desde sus respectivas responsabilidades en beneficio de la difusión de “Aprende a ver las señales de la violencia”. Este compromiso involucró tanto al rector de la UMSA como a algunos decanos y directores de carrera sensibilizados con el problema. La adhesión pública de las autoridades a la campaña, la concesión de carga horaria y espacios (aulas, auditorios) para los talleres y foros, así como la difusión de las convocatorias entre los estudiantes son tareas que dentro de la universidad necesitan decisión

y voluntad política, y que lograron concretarse en el marco de la campaña.

- La intención declarada de las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de incorporar el tema relativo a la violencia en la pareja dentro de la currícula, lo que podría a la vez significar su introducción entre los contenidos de niveles preuniversitarios (una idea manifestada ya al inicio del proyecto).
- La preparación por parte de la DDU, en esa misma línea, del Reglamento de atención, prevención y sanción en acciones de violencia en el ámbito universitario y en elaboración, con base en los resultados de la investigación *Universitarios y violencia en la pareja* y la sistematización de los casos atendidos por esa oficina. Este instrumento toma en cuenta la intervención en casos de violencia entre pares, lo que incluye casos de violencia en la pareja.

Resultados

Entre los resultados destacados de la campaña anotamos los siguientes:

- La coordinación y ejecución de tareas entre Institutos de Investigación en la Facultad de Ciencias Sociales para realizar tanto actividades académicas de investigación como de intervención práctica para influir en una realidad social problematizada: violencia en la pareja en la comunidad universitaria. Esta coordinación es un avance en la interdisciplinariedad académica buscada por la universidad.
- La sensibilización entre pares generando una relación de horizontalidad despojada de relaciones de poder que podrían existir, en este caso, frente a los docentes/adultos. La campaña desarrollada por las agentes de cambio con la comunidad universitaria se centró en el contacto e intercambio entre personas de la misma edad (jóvenes) y en la misma condición ocupacional (estudiantes). Esta misma relación de horizontalidad entre pares fue efectiva en la fase de investigación cualitativa, cuando el contacto con los estudiantes que operaron en los talleres, grupos focales

y entrevistas en profundidad hizo emerger información confiable de los participantes.

- La introducción e instalación del tema violencia en la pareja en la comunidad universitaria, con acápites dedicados a los roles de género y las relaciones de poder, en algunas facultades y carreras.
- Los resultados de la investigación cuanti-cualitativa como fuente de información y análisis para seguir trabajando el tema de la violencia en la pareja e incluso para profundizarlo, tanto en una campaña de socialización-sensibilización como en la continuación de nuevas investigaciones o enfoques de investigación (entrevista a Marlene Choque). A continuación se presentan tres ejes temáticos que se pueden desarrollar a futuro:

1. La desconfianza expresada en los celos. Las encuestas de valores han mostrado a los bolivianos como las personas más desconfiadas del mundo, respecto del Estado y respecto de su comunidad (vecindad). En ese marco, los celos son un fenómeno complejo en el

que se entremezclan además sentimientos de propiedad y control propios del sistema patriarcal, que derivan en actitudes violentas.

2. La transmisión intergeneracional de percepciones sobre la violencia. Los relatos sobre historias familiares y la violencia entre los padres aparecen con bastante frecuencia. Aquí es posible ver el peso histórico de las trayectorias familiares que están atravesadas por la violencia.

3. La desnaturalización de valores incorporados como positivos. Este es un amplio campo que se verifica con narrativas en las que persisten las violencias buenas (para educar, para demostrar amor) o elementos culturales (consumo de alcohol) que no son sujetos a cuestionamiento.



Equipo de agentes de cambio en el acto de entrega de certificados de capacitación.

6. LECCIONES APRENDIDAS



La campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” puede anotar a su favor una larga nómina de lecciones aprendidas, por ser además una experiencia innovadora dentro de la universidad por su forma de encarar una tarea de prevención de un problema. Aquí anotamos algunas de esas lecciones.

- La investigación como punto de partida de un proceso de comunicación y sensibilización es fundamental para conocer la realidad que se quiere intervenir o cambiar. La campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” entendió temprano que conocer los marcos socioculturales específicos de una problemática da pie a delimitar mejor los objetivos, el enfoque, el tipo de mensaje y el público de una socialización y sensibilización, como ha sucedido en este caso.
- La violencia en pareja es una realidad actual que, como cualquier otro fenómeno social, es susceptible de ser estudiada por un trabajo

interdisciplinario dentro de la universidad. La investigación mostró una realidad reveladora entre los estudiantes más jóvenes: ellos expresan una naturalización de violencia en la pareja, tienen concepciones erradas sobre violencias buenas y violencias malas, y pueden instrumentalizar las nuevas tecnologías para la manipulación y el control de la pareja.

- Un proyecto de investigación y posterior intervención en la universidad debe asignar tiempos cercanos a la realidad para cada fase o etapa de la ejecución, incluido el momento “cero” que implica las gestiones administrativas y comprometer alianzas estratégicas con las autoridades políticas sobre la importancia del proyecto.
- La experiencia de la socialización y sensibilización entre pares (agentes de cambio/estudiantes) ha tenido un impacto positivo en los conocimientos, actitudes y prácticas del grupo de

personas, público meta, respecto de la violencia en la pareja.

- Una campaña de cualquier tipo no debe descuidar la evaluación global y de sus distintos componentes en el medio término. La campaña tuvo la capacidad de adaptarse o ser flexible para tomar decisiones sobre la marcha, pero eso no suple la falta de una evaluación que es necesaria para tomar decisiones más sistemáticas y fundamentadas.
- Una intervención mejor delimitada (espacial y temporalmente) permite concentrarse en objetivos menos ambiciosos y más prácticos para no tener la sensación de que se hizo poco, incluso con un gran trabajo desplegado.
- La campaña de socialización y sensibilización se debe descentralizar, por así decirlo, para repartir el peso del trabajo entre las distintas facultades de la universidad, si quiere alcanzar una presencia en las 13 facultades.

7. DESAFÍOS



La campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” también ha generado desafíos que pueden ser resueltos dentro de esta experiencia o en otra que pretenda emularla.

- Una experiencia similar en otra universidad podría ampliar el diagnóstico / investigación a una muestra de toda la población estudiantil (de primero a quinto año) con el objetivo de identificar matices en las relaciones de pareja de la población en edades más avanzadas y contar con una comprensión más completa de este fenómeno.
- A partir de la intención declarada de las autoridades universitarias para incorporar el tema de la campaña dentro de la currícula, un desafío es desarrollar gestiones y generar un *lobby* para incorporar un módulo de inducción (expresado en un taller, una charla, una materia o un seminario

con carga horaria fija) sobre el tema de la violencia en pareja en los cursos prefacultativos, junto con una orientación sobre el rol y funciones de la Defensoría de Derechos Universitarios (DDU).

- Un paquete comunicacional y de sensibilización puede ser elaborado a partir de la recuperación y sistematización de los insumos temáticos y metodológicos de los talleres impartidos por las agentes de cambio. Este paquete tiene las potencialidades para ser aplicado dentro o fuera de la universidad, y su ventaja es que escapa al marco rígido de una materia del p^énsum universitario.
- El involucramiento de estudiantes varones como promotores de estas campañas es importante para promover

la equidad, alentar a otros varones a escuchar el mensaje y cambiar la idea de que la violencia en la pareja es un asunto que preocupa y afecta principalmente a las mujeres. Es un reto de esta y de cualquier campaña trabajar en la incorporación de más varones como promotores de un cambio de actitudes en este sentido.

- Las redes sociales de la campaña “Aprende a ver las señales de la violencia” necesitan un plan y una estrategia de manejo, principalmente en la red social Facebook, para lograr la interacción con los seguidores y transmitir mensajes que fomenten esa participación.



REFERENCIAS

Choque Aldana, Marlene (2018). *Universitarios y violencia en la pareja-Estudio cuantitativo y cualitativo con estudiantes de primeros años de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia*. (Documento de análisis inédito). La Paz: IDIS, UNFPA, IETA.

Choque Aldana, Marlene (2018). “Violencia en la pareja: Percepciones, actitudes y prácticas en estudiantes de primeros de la UMSA”. En IpiCOM, IDIS, DDU, IIISP-TS, *Aprende a ver las señales – Informe 2017-2018*. La Paz: IpiCOM, IDIS, DDU, IIISP-TS.

Cossío, Fabiola (2018). “Informe final de actividad Incidencia mediática y alianza de adhesión Campaña ‘Aprende a ver las señales’” (Documento administrativo). La Paz: IDIS.

Dalenz, Bryan (2019). “Campaña ‘Aprende a ver las señales de la violencia’ Tercera fase-Estrategia comunicacional 2019” (Documento administrativo). La Paz.

IDIS (2018). *Aprende a ver las señales-Informe 2017-2018*. La Paz: IpiCOM, IDIS, DDU, IIISP-TS.

IpiCOM-IDIS-IETA (2017). *Boletín Informativo Aprende a ver las señales-Campaña de prevención contra la violencia*. La Paz: UMSA-IpiCOM-IDIS-IETA.

Página Siete (23 de septiembre de 2019). “Bolivia registra 90 casos de feminicidio en lo que va del año”. *Página Siete* [Sociedad]. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/sociedad/2019/9/23/bolivia-registra-90-casos-de-feminicidio-en-lo-que-va-del-ano-231865.html>

Pereira Morató, René; Jaime Pinto Ajhuacho; Martha Oviedo Aguilar; Rubén Pinto López y Daniel López Fernández (2017). “Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés”. (Documento de investigación inédita). La Paz: IDIS, UNFPA, IETA.

IpiCOM, IDIS, DDU, IIISP-TS (2017). “El IpiCOM y la campaña ‘Aprende a ver las señales’: Enfatizando la formación de los agentes de cambio”. En: *Aprende a ver las señales – Informe 2017-2018*. La Paz: IpiCOM, IDIS, DDU, IIISP-TS.

Periódico Digital de Investigación sobre Bolivia (14 de agosto de 2019). “¿Y si el feminicidio fuera una reacción contra los avances en la autonomía de las mujeres?”. *Periódico Digital de Investigación sobre Bolivia*. Recuperado de: http://www.pieb.com.bo/sipieb_notas.php?idn=11441

ENTREVISTAS

Albarracín, Waldo (2019). Rector de la UMSA. Entrevista personal. 30 de octubre de 2019.

Aliaga, Mirna (2019). Coordinadora investigación Acoso sexual en la UMSA. Entrevista personal. 16 de octubre de 2019.

Choque, Marlene (2019). Autora de documento de análisis. Entrevista personal. 23 de octubre de 2019.

Cossío, Fabiola (2019). Campaña Aprende a ver las señales. Entrevista personal. 17 de octubre de 2019.

Dalenz, Brian (2019). Coordinador Tercera Fase campaña Aprende a ver las señales. Entrevista personal. 15 de octubre de 2019.

España, Raúl (2019). Director del Instituto de Investigaciones Sociológicas “Mauricio Lefebvre” (IDIS) de la UMSA. Entrevista personal. 11 de octubre de 2019.

López, Daniel (2019). Auxiliar de investigación Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés. Entrevista personal. 15 de octubre de 2019.

Medina, Luciana (2019). Diseñadora de Aprende a ver las señales. 17 de octubre de 2019.

Murillo, Marisol (2019). Funcionaria del UNFPA. Entrevista personal. 14 de octubre de 2019.

Oviedo, Martha (2019). Investigadora del IETA. Entrevista personal. 21 de octubre de 2019.

Parisaca, Yoshío (2019). Agente de cambio. Entrevista personal. 16 de octubre de 2019.

Pereira, René (2019). Coordinador investigación Violencia en parejas de jóvenes universitarios/as de la Universidad Mayor de San Andrés. Entrevista personal. 15 de octubre de 2019.

Pinto, Esperanza (2019). Directora IpiCOM. Comunicación por correo electrónico. 30 de octubre de 2019.

Quispe, Dania (2019). Agente de cambio. Entrevista personal. 18 de octubre de 2019.

Quispe, Marlene (2019). Agente de cambio. Entrevista personal. 16 de octubre de 2019.

Rivero, Carmen (2019). Coordinadora primera y segunda fase campaña Aprende a ver las señales. Entrevista personal. 15 de octubre de 2019.

Sangüesa, Irma (2019). Directora del IIISP-TS. Entrevista personal. 15 de octubre de 2019.

Sillerico, Griselda (2019). Directora Defensoría de Derechos Universitarios. Entrevista personal. 18 de octubre de 2019.

Villalpando, María Eugenia (2019). Funcionaria del UNFPA. Entrevista personal. 14 de octubre de 2019.

ANEXOS

ANEXO 1

Publicaciones en la página de Facebook
“Aprender a ver señales” UMSA

Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Creación de la página “Aprende a ver las señales UMSA”.		19/09/17			
Publicación de afiche de “Campaña de sensibilización contra la violencia de género en parejas de estudiantes ‘Aprende a ver las señales’”		19/09/17	Afiche de campaña		UMSA (IpiCOM, IDIS, UNFPA, IETA)
Lanzamiento de la “Campaña de sensibilización contra la violencia de género en parejas de estudiantes: ‘Aprende a ver las señales’”	20/09/17	19/09/197	Evento estudiantil	Auditorio Salvador Romero Pittari. CCSS UMSA	
Video sobre los resultados de la campaña (la publicación lleva este título). Video de la campaña (Primer video de contenidos)	Duración 2.21	20/09/17	Contenido. Historia de vida Estudiante mujer, problemas de los padres en el hogar, presión de su pareja varón. Los problemas vienen desde el entorno familiar		Dirección: Yoshio Parisaca Guión: Yoshio Parisaca, Carmen Rivero, Marlene Quispe Cámara: Yoshio Parisaca, Marlene Quispe Actores: Mauricio Laguna, Estefanía Chambi Música: Huascar Bolívar (Cementerio de elefantes) Edición: Yoshio Parisaca
Reproducción <i>Página Siete</i> “En la UMSA los varones revisan más los celulares de sus parejas”	21/09/17	05/10/17	Se explicó los resultados de la investigación y se anunció la campaña	Periódico <i>Página Siete</i>	Carmen Rivero

Nota de prensa de la UMSA sobre la campaña “Aprende a ver las señales”		05/10/17	Explicación sobre la violencia psicológica y la campaña	Facebook	Carmen Rivero
Reproducción <i>La Razón</i> , sobre la campaña		05/10/17	Se refiere a la campaña de sensibilización	Periódico <i>La Razón</i>	
Video spot Saludos en el Día de la Mujer Boliviana	Duración 0.16	11/10/17	Saludos a las mujeres y mensaje de la campaña		
Video publicitario de lanzamiento y presentación de la campaña “Aprende a ver las señales”	Duración 1.28	11/10/17	Lanzamiento de campaña, explica objetivos y organizadores de la campaña		UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM (No se especifica autor del video)
Video del lanzamiento de la campaña “Aprende a ver las señales” con la participación de autoridades universitarias	Duración 2.21	11/10/17	Lanzan la campaña las autoridades universitarias al público universitario	Auditorio Salvador Romero Pittari. CCSS UMSA	Participan el rector y las autoridades de carreras de la Universidad
Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Fotos del Foro de sensibilización “Aprende a ver las señales”		21/10/17	16 fotos del Foro		
Video spot de invitación al taller de sensibilización	26/10/17 Duración 0.39	25/10/17	Invitación a taller de sensibilización sobre violencia contra la mujer	A realizarse en el auditorio de Comunicación	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM (No se especifica autor del video)
Presentación del estudio sobre violencia de género en parejas de Estudiantes de la UMSA	26/10/17	27/10/17	Fotos presentación estudio	Hotel Europa	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IPICOM
Primer taller en Ciencias Sociales		03/11/17	27 fotos del taller	Fac. Ciencias Sociales	
Video de adhesión de la Facultad de Ciencias Sociales	Duración 0.12	03/11/17	Anuncio de adhesión a la campaña	Fac. Ciencias Sociales	
Video spot invitación al Foro de sensibilización	4/11/17 Duración 0.35	3/11/17	Invitación al Foro de sensibilización de la campaña	A realizarse en el Pab. F de Adm de Empresas	

Fotos del Foro de sensibilización “Aprende a ver las señales” en Administración de Empresas	04/11/17	06/11/17 (también el 6-8-9/11)	Fotos del Foro en administración de empresas	Carrera de Adm de Empresas.	
Video de adhesión de la Carrera de Administración de Empresas	Duración 0.11	6/11/19	Anuncio de adhesión a la campaña	Carrera de Adm de Empresas.	
Video spot invitación al Taller de sensibilización contra la violencia de género	10/11/17 Duración 0.36	9/11/17	Invitación al Taller de sensibilización de la campaña	A realizarse en el Aula Magna Química	
Fotos del Taller en Ciencias Puras		17/11/17	37 fotos del taller	Carrera de Ciencias Puras	
Video de adhesión de la Carrera de Ciencias Puras	Duración 0.09	17/11/17	Anuncio de adhesión a la campaña	Carrera de Ciencias Puras	
Publicación del video campaña de sensibilización “Aprende a ver las señales” (Segundo video de contenidos)	Duración 3.44	17/11/17	Contenido. Problemas en la autoestima y minusvaloración de la mujer debido al acoso y presión de su pareja		Dirección: Yoshio Parisaca Guión: Yoshio Parisaca, Carmen Rivero, Marlene Quispe Cámara: Yoshio Parisaca, Marlene Quispe Actores: Mauricio Laguna, Estefanía Chambi Música: Javier Navarrete (El laberinto del fauno) Edición: Yoshio Parisaca
Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Invitación a Jornada Universitaria contra la Violencia a las Mujeres rumbo a la marcha	24/11/17	23/11/17	Afiche invitación	Atrio UMSA	
Feria celebrando el día de la NO Violencia	24/11/17	30/11/17	30 fotos del stand de la feria	Atrio UMSA	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM Carreras Psicología, Administración y Artes
Reunión de evaluación de la campaña “Aprende a ver la violencia”	01/12/17	05/12/17	Reunión de actores de la campaña para evaluación	UMSA Sociología	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM y Agentes de cambio

Talleres de capacitación para Agentes de Cambio de la campaña		27/03/18	11 fotos del taller en la Universidad	UMSA	
Evento buenas prácticas en la prevención de la violencia y la creación de espacios de igualdad.		15/05/17	9 fotos de taller en la alcaldía	Alcaldía de La Paz	Alcaldía de La Paz
Presentación de avances de la campaña “Aprende a ver las señales”		13/06/18	25 fotos del avance de la campaña		
Video de entrevista en el programa televisivo “La Mañana”	11/06/18 Duración 11.25	05/07/18	Explicación de la investigación, los alcances y logros de la campaña	Canal Universitario	Carmen Rivero
Video de entrevista en el programa televisivo “Casimira en Familia”	12/06/18 Duración 6.22	05/07/18	Explicación de la investigación, los alcances y logros de la campaña	Canal Universitario	Carmen Rivero Raúl España Cuellar
Video de entrevista en el programa televisivo “Jaque Mate”	13/06/18 Duración 10.22	05/07/18	Explicación de la investigación, los alcances y logros de la campaña	Canal Universitario	Carmen Rivero
Video promoción de la Estuferia	20/09/18 Duración 0.18	20/09/18	Llamamiento a participar de la Estuferia, feria estudiantil de la campaña	Atrio UMSA	
Fotos de la Estuferia de la campaña “Aprende a ver las señales”	20/09/18	21/09/18	28 fotos de la feria estudiantil con institutos de investigación	Atrio UMSA	
Taller de formación para agentes de cambio de la campaña “Aprende a ver las señales”		21/06/18	6 fotos del taller	UMSA	

Anuncio de evento Inter Facultativo lanzamiento de la segunda fase de la campaña	03/10/18	01/10/18	Afiche anuncio	Audit. Salvador Romero Pittari CCSS UMSA	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM
Visita a medios de comunicación anunciando el lanzamiento de la segunda fase de la campaña		02/10/18	Fotos	Canales TV	Carmen Rivero
Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Fotos del Evento Interfacultativo, lanzamiento de la segunda fase de la campaña	03/10/18	03/10/18	14 fotos del evento	Audit. Salvador Romero Pittari CCSS UMSA	UMSA, UNFPA, IDIS, IETA, IpiCOM
Video de presentación de agentes de cambio	Duración 1.51	04/10/18	Video presentación de agentes de cambio		Agentes de cambio
Taller de sensibilización Cs Sociales		16/10/18	Foto	UMSA	
Video spot sobre la campaña de invitación al taller de sensibilización en Ciencias Sociales	Duración 0.35	16/10/18	Video de invitación al taller de sensibilización en Ciencias Sociales	Piso 5 de la Fac. Ciencias Sociales	Agentes de cambio
Afiche de invitación al Taller de Sensibilización en la Facultad de Medicina	05/11/18	03/11/18	Afiche de invitación al taller en Medicina	Piso 10, aula 4to año Facultad Medicina	
Taller de sensibilización contra la violencia de género en la facultad de Medicina	05/11/18	05/11/18	5 fotos del taller en Medicina	Piso 10, aula 4to año Facultad Medicina	
Video sobre violencia estructural realizado por agentes de cambio	Duración 2.38	14/11/18	Video muestra los tipos de violencia en las personas desde la niñez, adolescencia, juventud, etc.		Agentes de cambio
Segunda Jornada de No violencia contra la mujer		19/11/18	Foto de la campaña	Monoblock Cancha de Administración de Empresas	IDIS, IITS, IpiCOM, DDU

Afiche de la convocatoria a Segunda Jornada de No violencia contra la mujer	23/11/18	19/11/18	Afiche promocional	Monoblock Cancha de Administración de Empresas	IDIS, IITS, IpiCOM, DDU
Video de entrevista a la DDU sobre la campaña “Aprende a ver las señales” en TvU, programa “La Mañana”	23/11/18 Duración 7.36	22/11/18	Información sobre las actividades de campaña	Televisión Universitaria	Griselda Sillerico Varinia Delgado
Video de la vigilia exigiendo justicia para la universitaria Lili Limachi, estudiante de agronomía víctima de feminicidio el año 2016. Activistas de la campaña estuvieron presentes.	Duración 1.09	27/11/18	Video de la vigilia de universitarios	Centro de La Paz	
Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Video resumen en la TvU	Duración 2.04	28/11/18	Video resumen de la campaña con entrevistas a actores estudiantes y autoridades	Escenas del atrio de la UMSA	TvU
Video de contenidos de la campaña “Aprende a ver las señales” (Primera parte)	Duración 1.13	05/12/18	Contenido. Mensaje de autoestima de las mujeres. No ser obligadas a beber alcohol por su pareja		No se dicen los créditos de la elaboración del video
Video de contenidos la campaña “Aprende a ver las señales” (Segunda parte)	Duración 1.33	07/12/18	Contenido. Mensaje sobre el control de la pareja. Control de llamadas y claves en Facebook		No se registran los créditos de la elaboración del video
Video de la campaña “Aprende a ver las señales” (Tercera parte)	Duración 0.54	10/12/18	Contenido. Amenazas de golpe con la pareja bebida		No se registran los créditos de la elaboración del video
Lanzamiento de la tercera etapa de la campaña “Aprende a ver las señales”		01/08/19	Afiche publicitario		IDIS, DDU, IIISP-TS, UNFPA, IPICOM
Video Spot contra la violencia, DDU	Duración 0.31	02/08/19	Violencia verbal contra la mujer en la entrada		Defensoría de Derechos Universitarios

La campaña “Aprende a ver las señales” estuvo presente en la Entrada Universitaria		4-7/08/19	Fotos de estudiantes y autoridades que se adhirieron a la campaña	Centro de La Paz	
Video resumen de participación de estudiantes con la campaña en los ensayos de la Entrada Universitaria	Duración 0.53	20/08/19	Ensayos de universitarios adheridos a la campaña “Aprende a ver las señales”	Ambientes de la UMSA	
Video de adhesión a la campaña de Griselda Sillerico, Defensora de los Derechos Universitarios	Duración 0.24	22/08/19	Mensaje de adhesión a la campaña	UMSA	Griselda Sillerico Defensora de los Derechos Universitarios de la UMSA
Elenco del Ballet Clásico contemporáneo se adhiere a la campaña	22/08/19	22/08/19	Foto del elenco del ballet	UMSA	
Video de adhesión a la campaña de Melo Herrera León, Jefa Dep. División de Culturas y Arte de la UMSA	Duración 0.22	28/08/19	Mensaje de adhesión a la campaña	UMSA	Melo Herrera León, Jefa del Departamento de División de Culturas de la UMSA
Video de adhesión a la campaña de Raúl España Cuellar, director del IDIS	Duración 0.21	03/09/19	Mensaje de adhesión a la campaña	UMSA	Raúl España Cuellar, Director del IDIS
Actividad	Fecha evento	Fecha publicación	Descripción	Lugar del evento	Productores / organizadores
Video de adhesión a la campaña de Esperanza Pinto Sardón, directora del IPICOM	Duración 0.30	05/09/19	Mensaje de adhesión a la campaña	UMSA	Esperanza Pinto Sardón, Directora IPICOM
Participación en la feria estudiantil 2019 (Estuferia) de la UMSA		06/09/19	Fotos de la participación en un stand en la feria	Atrio de la UMSA	
Participación en el programa “Nunca es tarde” en Radio Red Aprac Bol 88.6 fm		09/09/19	Foto de participación en la entrevista radial	Radio Red Aprac Bol 88.6	
Participación en el programa radial “Qué bonita es esta vida”, de la radio universitaria San Andrés		10/09/19	Fotos de participación	Radio San Andrés	Espacio de Ruth Márquez
Video de adhesión a la campaña de Irma Sangüesa directora del IIIPS-Trabajo Social	Duración 0.29	12/09/19	Mensaje de adhesión a la campaña	UMSA	Irma Sangüesa Directora del IIISP-TS
Afiche de invitación a participar de la Feria del Estudiante en contra de la violencia	19/09/19	16/09/19	Afiche de invitación a la Feria del Estudiante	UMSA	IDIS, IpiCOM, UNFPA, Defensoría DDU, IITS, Suecia Sverige

Capacitación a “Estudiantes IpiCOM” sobre la Ley 348 y Derechos Universitarios	18/08/19	18/09/19	Fotos de capacitación de estudiantes IpiCOM	Carrera de Comunicación	
Video sobre la participación en la Feria del Día del Estudiante (Estuferia 2019), discurso de autoridades	Duración 4.34	19/09/19	Contenido. Inauguración de la feria con palabras de las autoridades	Atrio de la UMSA	
Lanzamiento del concurso audiovisual amateur en contra de la violencia hacia las mujeres		23/09/19	Bases del concurso audiovisual		IDIS, IpiCOM, UNFPA, Defensoría DDUU, IITS, Suecia Sverige
Saludo por el 11 de Octubre Día de la Mujer Boliviana		11/10/19	Afiche de salutación		
Anuncio de ampliación del Concurso Audiovisual Amateur		18/10/19	Afiche de aviso		
Aviso de cierre de recepción de Concurso Audiovisual Amateur		05/10/19	Afiche de anuncio		
Video Conoce un poco más la campaña “Aprende a ver las señales”		07/10/19	Video informativo con línea gráfica renovada		

Fuente: Revisión de Página de Facebook

ANEXO 2: PUBLICACIONES EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

Titular	Fecha	Link e imagen
“Presentan estudio sobre violencia de género en la UMSA”. <i>La Cátedra</i> , Núm. 91 (Investigación)	23/03/17	https://issuu.com/estrategiascomunicacionesumsa/docs/c__tedra_final_91
“En la «U» saben que la violencia comienza al enamorarse”. <i>Página Siete</i> (Sociedad)	19/09/17	https://www.paginasiete.bo/sociedad/2017/9/19/saben-violencia-comienza-enamorarse-152628.html

<p>“En la UMSA los varones revisan más los celulares de sus parejas”. <i>Página Siete</i> (Tapa Sociedad)</p>	<p>21/09/17</p>	<p>https://www.paginasiete.bo/sociedad/2017/9/21/umsa-varones-revisan-celulares-parejas-152876.html</p>
<p>“Autoridades de la UMSA proyectan acciones contra la violencia de género entre estudiantes”. <i>La Razón</i> (Sociedad)</p>	<p>26/10/17</p>	<p>http://www.la-razon.com/sociedad/Autoridades-UMSA-proyectan-violencia-estudiantes_0_2808319191.html</p>
<p>“Campaña de sensibilización contra la violencia de género”. <i>La Cátedra</i>, Núm. 97.</p>	<p>28/09/17</p>	<p>https://bit.ly/2PSCwye</p>
<p>“UNFPA presenta campaña de sensibilización contra la violencia”. <i>El Altoño</i> (Sociedad)</p>	<p>10/04/2018</p>	<p>http://www.elalteno.com.bo/sociedad/20181004/unfpa-presenta-campana-de-sensibilizacion-contra-la-violencia</p>
<p>Entrevista a Carmen Rivero “La Mañana”, TvU Duración 11.25</p>	<p>11/06/18</p>	<p>https://www.facebook.com/elamornoesviolento/videos/245082552745506/</p>

Entrevista a Carmen Rivero y Raúl España Cuellar. “Casimira en Familia”, TvU Duración 6.22	12/06/18	https://www.facebook.com/elamornoesviolento/videos/245112512742510/
Entrevista a Carmen Rivero “Jaque Mate”, TvU Duración 10.22	13/06/18	https://www.facebook.com/elamornoesviolento/videos/245136316073463/
Visita a medios televisivos	02/10/18	
Entrevista a Griselda Sillerico y Varinia Delgadillo “La Mañana”, TvU Duración 7.36	23/11/18	https://www.facebook.com/defensoriauniversitaria.umsa/videos/514861372360369/
Entrevista a Brian Dalenz “Nunca es tarde” Red Aprac Bol 88.6FM	09/09/19	
Entrevista a Brian Dalenz “Qué bonita es esta vida” Radio San Andrés	10/09/19	

Fuente: Revisión de artículos de prensa y seguimiento en Facebook.

