



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CONTANDO LA MISMA HISTORIA. ANÁLISIS CON
PERSPECTIVA DE GÉNERO DE LA CAMPAÑA *NO ES
DE HOMBRES*, UBICADA EN EL SISTEMA DE
TRANSPORTE COLECTIVO, METRO DE LA CDMX (21
DE MARZO 2017- 8 DE AGOSTO DE 2017)

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

MARÍA DEL CARMEN GUTIÉRREZ ROMERO

ASESORA

ALETHIA FERNÁNDEZ DE LA REGUERA AHEDO



CIUDAD DE MÉXICO ENERO 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A DIOS, a esa energía que atraviesa el universo de extremo a extremo, hoy le agradezco.

A Carmen Romero y Daniel Gutiérrez, mis papás, porque siempre han procurado lo mejor para mi y para mis hermanas, por su trabajo y empeño. Por abrir sus oídos a una historia diferente a la que les han contado. Gracias por los besos, abrazos y palabras de aliento, por apoyarnos en nuestros sueños sin importar si son ser maestra, física o planificadora, trabajar o quedarse en casa. Mamá, gracias por vencer el cáncer y quedarte con nosotras un poco más. Papá, gracias por darnos todo lo que a ti te faltó.

A mis hermanas Daniela y Belén, durante toda mi formación escolar ustedes han estado presentes y pese a que a veces somos personas hablando en lenguas diferentes, me quieren y me apoyan como como nadie. Son mi compañía favorita para comer a las 3:00 de la mañana o para discutir sobre temas que no sé, siempre aprendo algo nuevo de ustedes. Gracias por todo.

A mi familia, tíos, tías y primas, especialmente a Kenia, Mari, Leti, Guadalupe, Enrique, Elba, Eduardo, gracias.

A Cristina Alarcón, doctora, usted me ha enseñado que lo imposible es solo un mito.

A Eulalia, Margarita y Altagracia, abuelitas, el mundo cambió y me hubiera gustado que ustedes tuvieran las herramientas y libertades de las que hoy yo gozo. Que la vida me permita tener la misma bondad, fe y fuerza que ustedes.

A mis amigas, chicas, juntas vamos a hacer que este mundo sea más justo.

A la UNAM, siempre he creído que lo mejor que me dio como institución fue descubrir que existen otras verdades, maneras de hacer las cosas y de vivir. Me permitió compartir las aulas con personas que mantenían realidades diferentes a las mías y de las que he aprendido mucho ¡Que esta gran universidad cada día sea más plural y justa! ¡Que el aura y felicidad que todos hemos sentido en sus instalaciones nunca muera!

A mis profesoras, sobra decirles que las admiro, Alethia, Luz Elena y Sol, agradezco sus clases y todo lo que he aprendido de ustedes. Aún tengo mucho que aprender, hoy lo entiendo más que otras veces, pero seguiré esforzándome.

Debe haber otro modo que no se llame
Safo ni Mesalina ni María Egipciaca
ni Magdalena ni Clemencia Isaura.
Otro modo de ser humano y libre.
Otro modo de ser.
-Rosario Castellanos

índice

INTRODUCCIÓN.....	6
Cuerpo del trábalo.....	7
Objeto de estudio.....	11
Preguntas y objetivos generales y específicos de la investigación:	12
Pregunta general:.....	12
Preguntas específicas:	13
Objetivo general de la investigación	15
Objetivos específicos de la investigación	15
Epistemología feminista, el punto de vista.....	16
Mandatos de género	16
Violencia de género.....	19
CAPÍTULO UNO: EL GÉNERO COMO ORGANIZADOR DE LA VIDA EN SOCIEDAD ..	31
¿Qué es el género?.....	31
No todos estamos cortados por la misma tijera: Interseccionalidad.....	38
Un enfoque diferente: la perspectiva de género	40
En todos lados: Feminismo institucional.....	42
La perspectiva de género y lo punitivo, cosas diferentes.....	47
La dominación masculina y las mujeres fuera de la esfera pública.....	49
Otro escalón: las mujeres en un estatus diferente al de los hombres	54
¿Qué espacio ocupan las mujeres en la vida pública?	56
Mensajes y género, los medios de comunicación.....	60
Conclusiones del capítulo uno.....	62
CAPÍTULO DOS: LA PERSPECTIVA DE GÉNERO APLICADA AL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO.....	65
Investigaciones pasadas	65
Desde dónde se está parada, epistemología del punto de vista y ACD.....	73
Los discursos hegemónicos y las prácticas discursivas	84
La reproducción de un orden social y del género	92
Propuesta metodológica de análisis de Roland Barthes.....	95
La denotación y la connotación	96
Conclusiones del capítulo dos.....	99
CAPÍTULO TRES ¿QUÉ SE COMUNICA EN REALIDAD?	102

Análisis semiótico.....	102
La sustancia lingüística, análisis.....	102
Lo connotativo en <i>No es de hombres</i>	107
Lo denotativo en <i>No es de hombres</i>	116
Donde se desarrolló <i>No es de hombres</i> , análisis contextual.....	117
Conclusiones finales	129
Fuentes	141

INTRODUCCIÓN

En el día a día existen momentos en los que tomar decisiones simples se vuelve algo complejo. Actos sencillos consumen nuestro tiempo y energía ¿cómo es posible que tengamos que elegir nuestra ropa basándonos en la posibilidad de ser acosadas y no en comodidad o estilo? Lo mismo ocurre con el camino que se toma para llegar a la escuela, centro de trabajo o donde quiera que uno se dirija, se vuelve una cuestión de primera mano pensar en la ruta que más asegure nuestra seguridad.

Socialmente hemos sido preparadas para cuidarnos de que algo nos pase, pues, como mujeres, al momento de trasladarnos corremos riesgos que comprometen a nuestro cuerpo sexualidad y autoestima. Uno crece normalizando ese hecho y si bien no es tomado como lo justo, si lo es como lo normal ¿Cuántas veces no hemos cancelado planes, o modificado rutas por seguridad?

Mi mamá y papá, al igual que miles de madres y padres con sus respectivas hijas, me pedían que, por las noches de regreso a casa, usara una sudadera holgada, cinturón, pantalón y que siempre caminará por debajo de la banqueta, fuera acompañada o no. Me daban a conocer todas las estrategias que conocían para que yo pudiera regresar a casa sin ningún percance. Siempre agradeceré que me cuidaran tanto, pero considero que ninguna mujer debe de tener miedo al momento de regresar a su hogar, que debemos de ser libres de toda violencia para desarrollarnos.

Una de las primeras cosas que empecé a cuestionar cuando me acerqué a las teorías de género y en los feminismos, fue la propia vida, las experiencias y la manera en que la interpretación del mundo ha afectado mi desarrollo social. La

perspectiva feminista me permitió encontrar respuestas que buscan no perpetuar los sistemas de dominación que se incrustan en nuestra mente y nuestro cuerpo. De esos cuestionamientos e inconformidad con las relaciones entre los géneros, surge la presente tesis.

Este trabajo es el resultado de un momento específico de mi vida, de más de cuatro años de traslado entre Chimalhuacán y Ciudad Universitaria, de más de 4 horas diarias de viaje en transporte público, de mis inquietudes, mi formación académica y una clara postura política: *Lo personal es político*. Por ello tomo y me identifico con la postura epistemológica del punto de vista, porque estoy consciente de que la neutralidad absoluta no existe en ninguna investigación académica.

Como mujeres nuestro valor no radica en nuestro cuerpo y hemos nacido con dignidad, merecemos los mismos derechos, el mismo reconocimiento y las mismas oportunidades que los hombres, no su protección inminente ante cualquier peligro sino su respeto y respaldo para afrontar nuestros problemas. Creo firmemente en que podemos contar mejores historias de lo que es la realidad, pero para ello necesitamos convertirnos en escritoras, sobre todo de nuestra propia vida.

De la misma manera, desde mi perspectiva, creo en la educación como una de las pocas formas de cambiar el destino que se nos concedió por la posición socioeconómica, el lugar, el sexo, la orientación sexual, color de piel, y demás factores que no están en nuestras manos cambiar. Para cambiar nuestra realidad y ofrecer un mundo más sano para nosotras y las que vienen después es preciso alzar la voz desde cada una de nuestras trincheras, con todas las herramientas que se cuenten y pese a nuestras deficiencias.

Cuerpo del trábalo

Dentro del siguiente trabajo, el lector podrá encontrar un análisis discursivo con perspectiva de género de la campaña *NO es de hombres*, ubicada dentro del Sistema de Transporte Colectivo, Metro (STCM) durante el 1 de marzo al 8 de agosto de 2017. Para aclarar qué se entiende por género y perspectiva de género,

en la introducción se establece qué son los mandatos de género, la violencia de género, el objeto de estudio de la investigación, así como las preguntas y objetivos generales y específicos. El método que se empleó durante la presente investigación es el Análisis Crítico de Discurso (ACD), el cual necesita de un análisis contextual y un análisis fino del mensaje, este último se realiza con la propuesta metódica de Rolan Barthes (1986- 1999). Se hace uso de categorías analíticas como denotación, connotación y planos del mensaje visual, todo con perspectiva de género y bajo la luz de la teoría feminista.

En este mismo apartado se establece que se trabaja desde la postura epistemológica del punto de vista y se explica en qué consiste para posteriormente explicar su relación con el Análisis Crítico del Discurso (ACD). El método empleado se expone junto con la epistemología del punto de vista., en el capítulo 2, pues se busca explicar cómo ambas mantienen semejanzas en conceptos como objetividad, valores, sistemas de dominación y poder, así como un compromiso con las minorías sociales. Si bien es cierto que no se está modificando el método y se recurre a la propuesta estructuralista y semiótica de Roland Barthes (1986- 1999), la manera en que se interpreta el problema si se transforma debido a que todo el trabajo se realiza con perspectiva de género.

Para poder abordar el mensaje de la campaña *No es de hombres* es necesario explicar bajo que contexto se desarrolló, porque la ciudad de México requiere de campañas que combatan la violencia sexual dentro del transporte público y la violencia que se vive fuera de los hogares, en espacios abiertos. A este tipo de violencia se le conoce como violencia en comunidad y se explica a detalle más adelante. De la misma manera se especifica que las respuestas dadas en el presente trabajo no son absolutas o incuestionables, pues el conocimiento se va transformando a lo largo del tiempo y quien investiga se encuentra ya entrecruzada por una serie de vivencias que la colocan en un punto de vista específico ningún conocimiento es inútil.

En el capítulo uno se aborda que el género es una categoría analítica que ayuda a comprender los roles que socialmente se asignan al nacer, cómo se limitan en a cada sexo y se generan relaciones de poder binarias: masculino/femenino, hombre/mujer, bueno/malo, público/privado, etc. El concepto de interseccionalidad, fundamental para la presente investigación y que más adelante presenta un mayor desarrollo, se entiende como aquellas situaciones, características, contextos o rasgos que al atravesar a un individuo lo colocan en una relación de ventaja o desventaja ante una situación en específico, es decir, dependiendo de las condiciones con las que se cuente, es la manera en que un fenómeno afecta a las personas.

El concepto de perspectiva de género, el de tomar en cuenta las diferencias sociales y culturales que se crean entre hombres y mujeres a partir de su sexo, género y preferencia sexual, se aborda con la intención de demostrar como ciertos roles sociales siguen vigentes y crean relaciones de poder entre los individuos. La diferencia entre lo punitivo y la perspectiva de género también se retoma. Para abordar la subordinación femenina ante los hombres en la vida en sociedad se utilizan tres subcapítulos: *La dominación masculina y las mujeres fuera de la esfera pública*; *Otro escalón: las mujeres en un estatus diferente al de los varones* y *¿Qué espacio ocupan las mujeres en la vida pública?* En ellos se trata a profundidad la manera en que las mujeres han sido relegadas a un segundo estatus, inferior al de los varones y que les ha traído una serie de desigualdades sociales visibles en su manera de vivir, en los signos y símbolos existentes en una sociedad y en sus leyes. Por último, yendo de lo general a lo particular, se aborda la relación de los mensajes con el género y los medios de comunicación.

En el capítulo dos se hace un recorrido sobre las investigaciones anteriores que se relacionan con el objeto de estudio, la campaña *No es de hombres*. Se retoma a pensadores como Michel Foucault (1926-1984) para explicar que los discursos hegemónicos son aquellos que definen qué es la verdad -ciencia, religión, derecho, etc-, y la manera en que cada individuo debe de comportarse para ser socialmente aceptado. También se explica cómo las prácticas discursivas son todas las

relaciones de comunicación que se mantienen entre individuos -pláticas, carteles, comerciales, cuentos, productos culturales, etc- y como en ellas, se refleja el orden social que han asignado los discursos hegemónicos.

En *Desde dónde se está parada, epistemología del punto de vista y ACD* se presentan las semejanzas de esta epistemología y del Análisis Crítico del Discurso, también se explican conceptos como el de objetividad dinámica, valores situados y se habla de la importancia y nula objetividad de quien investiga.

En *La reproducción de un orden social y de género* se explica como si no se hace uso de la perspectiva de género, se reproduce una lógica masculina, patriarcal que socava lo femenino y no logra romper con la dominación masculina. Por último, se presenta la propuesta de análisis de Roland Barthes y sus tres categorías de análisis: sustancia lingüística, denotación y connotación.

Para finalizar, en el capítulo tres, se desarrollan los tres análisis semióticos propuestos por Roland Barthes: la sustancia lingüística, lo connotativo y lo denotativo. Estos análisis se realizan bajo la perspectiva de género y se explican los elementos que conforman al mensaje, continuando con la propuesta del ACD se integra un análisis contextual con datos sobre la violencia que se vive en la CDMX. Para finalizar, se muestran las conclusiones y se explica porque la campaña no cuenta con perspectiva de género. Dentro de las conclusiones a las que este trabajo llega se rescatan las siguientes:

La campaña *No es de hombres*, colocada en el STCM durante el 1 de marzo al 8 de agosto de 2017, no utiliza la perspectiva de género y cae en una lógica patriarcal al colocar toda la capacidad de acción en quienes acosan y al dejar a las víctimas, en este caso mujeres, fuera del rango de acción, para ellas y quienes observan, da la opción de denunciar después de que el acto ya ha pasado.

La campaña busca el respeto y protección de las mujeres aludiendo a la relación que los violentadores tienen con sus madres, hijas, hermanas, amigas, etc. Es decir, habla del acoso como una acción que al acosador no le gustaría que le ocurriera a sus seres queridas y por lo cual, él no debe de cometer contra otras mujeres, en ningún momento se habla de la igualdad entre sexos o del valor y dignidad que las mujeres merecen por el simple hecho de ser mujeres.

No es de hombres, representa el acoso de los varones como algo obvio, natural de su sexo e iconográficamente no representa a las mujeres, les resta poder de acción, en el mensaje solo son mostradas como seres pasivos, víctimas que reciben la acción. El reconocimiento y la representación de quienes sufren el problema es nula, no hay perspectiva de género porque pese a que se pretende atacar un problema que afecta directamente a las mujeres, su seguridad queda en manos de los atacantes.

Objeto de estudio

El objeto que se va a analizar es la campaña *No es de hombres*, empleada en el Sistema de Transporte Colectivo, Metro (STCM) de la Ciudad de México en el 2017 y que tuvo como misión combatir el acoso sexual hacia las usuarias de dicho transporte. La campaña fue realizada por J. Walter Thompson, financiada por la *Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo* y presentada a nivel institucional por *el Instituto Nacional de las Mujeres de las CDMX y ONU Mujeres*.

La campaña está construida por diversos carteles en los que se muestra a varios hombres con muecas, gestos y la siguiente frase: “Este es el morbo con el que miran a tu mamá todos los días” (Almomento, 2017) La palabra “mamá” también es sustituida por “hermana, amiga, novia, jefa, etc.”. Los carteles fueron acompañados de dos videos que se transmitieron en redes sociales, los cuales sólo se mencionan, pero no se analizarán, puesto que sería útil otra técnica de análisis para su correcto abordaje.

El primer video se denomina *Experimento asiento incómodo* y muestra las reacciones de diversos hombres ante un asiento que mantiene un relieve en forma de miembros masculinos –pene y testículos-; en el respaldo la leyenda “Exclusivo para hombres” y en el piso “Es molesto viajar aquí, pero no se compara con la violencia sexual que sufren las mujeres en sus traslados cotidianos” (CNN Español, 2017).

El segundo video se denominó *Experimento pantallas* y muestra la incomodidad de diversos hombres al darse cuenta de que sus glúteos están siendo proyectados en las pantallas que se ubican dentro de las estaciones del metro, en él se intenta emular una de las expresiones de acoso que ocurre en la vida cotidiana de las usuarias. El video se acompaña de la siguiente frase “Esto es lo que sufren miles de mujeres al día” (CNN Español, 2017).



Preguntas y objetivos generales y específicos de la investigación:

Teniendo como objeto de estudio la campaña *No es de hombres* se busca responder las siguientes preguntas:

Pregunta general:

¿Qué se comunica con la campaña *No es de hombres*, implementada por el Instituto de las mujeres de la CDMX y ONU Mujeres para erradicar el acoso dentro del Sistema de Transporte Colectivo, Metro?

Preguntas específicas:

¿Qué elementos dentro de la campaña *No es de hombres*, denotan o niegan el uso de perspectiva de género? ¿De qué manera influye el género dentro de la representación que se hace en los carteles de la campaña *No es de hombres* para combatir la violencia



sexual? ¿El papel que ocupan las mujeres dentro de *No es de hombres* ayuda a su correcta representación dentro del ámbito público?

Para resolver las preguntas anteriores, esta tesis parte de la siguiente hipótesis: La campaña *No es de hombres*, presentada por el *Instituto Nacional de las Mujeres* y *ONU Mujeres* y que fue exhibida en las líneas del STCM el 21 de marzo de 2017, en su construcción comunicativa muestra a los varones como acosadores innatos. El cartel se conforma por tres oraciones donde la primera, alude a la empatía y la relación del acosador con mujeres de su familia, con la intención de que no acose y la segunda, le informa que es un delito que lo puede llevar a la cárcel. La campaña delata un problema y pone a los responsables en el cartel, sin embargo, no colocan a las mujeres como sujetas de acción, ni tampoco encarna la raíz del problema. No se comunica un lazo de respeto hacia las usuarias del transporte únicamente por el hecho de poder ser un familiar o personaje cercano.

La campaña fue exhibida en las líneas del STCM el 21 de marzo de 2017, en su construcción comunicativa excluye a las mujeres como destinatarias y colocan a los hombres en el centro del ejercicio del poder, siendo ellos los únicos con capacidad para actuar y erradicar la violencia sexual que sufren las mujeres en dicho transporte. Los elementos utilizados en el cartel transmiten un mensaje en el que las mujeres son pasivas ante los tocamientos, insinuaciones o cualquier acto que les genera incomodidad y su única vía de acción es la denuncia.

La perspectiva de género en los carteles no se encuentra implementada; se hace visible un problema que sufren la mayoría de las usuarias dentro del transporte público -la violencia sexual- y se enfoca a los violentadores como los responsables y no a las víctimas, pero todo esto se realiza desde un enfoque punitivo, más no con perspectiva de género, no se crea conciencia de género ni en los acosadores ni en las acosadas.

Las usuarias no son representadas iconográficamente en el mensaje, se les deja como personas pasivas, mientras que a los hombres se les muestra como seres activos, acosadores “natos” que no temen ser descubiertos; se les da la dicotomía de ser quienes acosan a las mujeres, pero también quienes las pueden proteger. Dicha cuestión delega discursivamente a los personajes que violentan, el control sobre el cuidado de las mujeres en el transporte público.

El papel de las mujeres dentro de la campaña se reduce a ser personas acosadas, que deben buscar su defensa ante las autoridades, pero que en todo momento están indefensas y no pueden hacer nada para cambiar su situación. Mientras que los carteles al comunicarse con los acosadores, les plantean que a quién acosan podría ser un familiar o personaje cercano.



En *No es de hombres* se alude al respeto de las mujeres porque en la vida social ocupan roles como “madre” “esposa” “hija” “jefa” “hermana” etc. Elementos que las ligan de manera emocional con los perpetradores. No hay un mensaje que aluda al respeto entre ambos géneros, más bien, existe la idea de que los hombres deben de respetar, no acosar o violentar sexualmente a las usuarias porque podrían recibir un castigo legal y porque las mujeres con las que mantiene un lazo familiar, emocional o laboral, pueden sufrir las mismas acciones que ellos realizan. El manto de lo masculino protegiendo a lo femenino.

En el mensaje, al género femenino se le niega la capacidad de actuar para contrarrestar el acoso o cualquier tipo de violencia sexual, no se le da voz, y a los hombres que acosan se les habla de un castigo legal en caso de ser detenidos. No se transmite un mensaje de respeto y de igualdad en dignidad entre varones y mujeres, no hay una pauta que permita visibilizar el problema y a la vez dote de poder a las mujeres para reaccionar ante escenarios de violencia. Por tanto, la campaña pese a aparentar estar construida con perspectiva de género, reproduce la idea de que las mujeres deben de ser cuidadas por los hombres y refuerza un enfoque de castigo, más no el respeto entre personas.

Objetivo general de la investigación

Analizar los componentes de la campaña *No es de Hombres* e interpretar cual es el mensaje final que emiten.

Objetivos específicos de la investigación

Dentro del presente trabajo también se pretende: interpretar los elementos de la campaña no es de hombres para saber si se utiliza o no la perspectiva de género, descubrir la relación entre los roles de género y las representaciones que se hacen en los carteles de la campaña e Indagar si la representación que se hace de las mujeres dentro de la campaña

Analizar este tipo de mensajes permite comprender y registrar cómo se entiende y combate el problema de violencia comunitaria, sexual y acoso en el transporte público desde las Instituciones gubernamentales. Hay que tener bien identificado el problema, así como el sector poblacional al que se le va a hablar y una estrategia de comunicación adecuada. De lo contrario, con una estrategia de comunicación errónea, el mensaje podría no ser efectivo o la intención con la que se creó podría perderse.



Epistemología feminista, el punto de vista

Sandra Harding (1993) explica que existen tres corrientes diferentes de epistemología: empirismo feminista, punto de vista y posmodernismo feminista. Todas ellas trabajan con perspectiva de género y buscan erradicar el androcentrismo existente en la ciencia, sin embargo, cada una encuentra estrategias diferentes que marcan la manera de investigar.

El punto de vista feminista niega la neutralidad del investigador y del método científico. Admite que quien investiga está delimitado por una serie de condiciones culturales que le impiden dar un resultado completamente objetivo y desprendido de quien lo ha creado. La neutralidad absoluta desaparece, no obstante, investigadoras como Harding (1993) y Haraway (1995) rescatan el concepto para explicar que si no se puede lograr una postura completamente objetiva, si se pueden crear puntos más objetivos y pertinentes que otros.

Para Harding (1993), todo conocimiento científico conlleva una serie de implicaciones de quien lo ha creado “son, en cambio, productos del pensamiento que llevan la marca de sus creadores colectivos o individuales y, a su vez, los creadores están marcados de forma característica por su género, clase social, raza y cultura” (p.15), esta es la misma premisa de la que parten Córdova (2006) y Castelli (2010). El punto de vista va más lejos que el empirismo científico pues pone como pauta revisar el origen del conocimiento y no sólo el sesgo, se trata de ir a la raíz del problema y reducir la perspectiva patriarcal en el proceso de creación del conocimiento.

Mandatos de género

El sexo y el género son elementos muy importantes en el desarrollo psíquico, social y cultural de los seres humanos. Ambas características se encuentran presentes en todos los aspectos de la vida y delimitan el actuar social de cada persona. En consecuencia, al estudiar un fenómeno social aplicando la perspectiva de género,

aclarando las diferencias entre sexo y género, se dejan al descubierto los roles, prácticas sociales, relaciones de poder o estructuras sociales, que giran en torno a la sexualidad e identidad de cada individuo.

En la presente tesis se realiza un Análisis Crítico del Discurso con perspectiva de género sobre la campaña *No es de hombres*, creada para combatir el acoso sexual dentro del Sistema de Transporte Colectivo, Metro (STCM) y que se presentó del 1 de marzo al 8 de agosto de 2017.

La campaña tuvo como objetivo combatir el acoso sexual que se presenta en dicho transporte. Analizar *No es de hombres* permite observar la manera en que el problema de la violencia sexual, en específico en el transporte público, está siendo abordado por las instituciones gubernamentales correspondientes, aquellas encargadas de combatir problemas sociales que tienen como eje principal el género, es importante señalar que dicha campaña fue emitida con la aprobación del *Instituto Nacional de las Mujeres de la CDMX* y *ONU Mujeres*. En consecuencia, tener como objeto de estudio la campaña *No es de hombres*, permite conocer la postura de las instituciones gubernamentales que se encargan de crear programas enfocados a erradicar las desigualdades de género.

Observar un problema desde otro enfoque, que no sea la postura masculina-heterosexual y dicotómica resulta complejo. En un inicio, podría creerse que, si se trata de dejar la postura masculina al descubierto, con que sea una científica o un grupo de científicas quienes investiguen, el problema quedará resuelto. Sin embargo, la cuestión es mucho más compleja. Las mujeres, como grupo poblacional, también se han desarrollado bajo una lógica que responde a la perspectiva patriarcal, por lo cual, suponer que las investigadoras están exentas de realizar investigaciones que contengan rasgos androcéntricos, resulta un error.

Todas las personas vivimos y nos desarrollamos en una estructura patriarcal que nos otorga diversas tareas o roles dependiendo de nuestro género, pero no nos exenta de ella. Por lo tanto, como autora de la presente tesis, la única solución que considero viable para salir de la lógica patriarcal, es ir acompañada en todo el

proceso de investigación, desde la epistemología hasta los resultados, por una actitud crítica y la perspectiva de género, por ello se parte de la epistemología feminista del punto de vista, la intención es mantener una conciencia sobre las relaciones de poder y no permitir que una lógica patriarcal se muestra como neutra.

En la vida en sociedad, establecer si alguien es hombre o mujer delimita el abanico de oportunidades que tendrá durante su desarrollo. Este abanico u oportunidades de acción también se reduce al contemplar variables como la posición socioeconómica, nacionalidad, religión, color de piel, orientación sexual, etc., por lo que en el capítulo uno, se explica qué es la interseccionalidad y como no todos vivimos un hecho de la misma manera. De la misma manera es importante dejar clara la distinción entre sexo y género:

El sexo tiene directamente que ver con la capacidad de reproducción; aparato reproductor interno y externo, gónadas, hormonas, etc. Mientras que el género es la construcción social y cultural, que se hace alrededor del sexo. Son las pautas de comportamiento que cada quién “debe seguir”; es lo que socialmente se espera de cada persona y es lo que divide de manera binaria al mundo; se piensa en pares hombre/mujer, día/noche, luz/oscuridad; no se complejiza el pensamiento, no se asume que puede existir otro orden social que no sea dicotómico.

Cada sexo se ve limitado a los espacios en los que se desarrolla si quiere ser socialmente aceptado. La anatomía de su cuerpo (el sexo) se liga a una serie de signos que determinan su capacidad de actuar ante una circunstancia (el género), a estas limitaciones la investigadora Marcela Lagarde y de los Ríos (2005) las llama mandatos de género.

Los mandatos de género establecen pautas de comportamiento entre ambos sexos; dictaminan la superioridad masculina en todos los ámbitos de la vida y establecen la protección masculina a lo femenino, a cambio de la sumisión de las mujeres; es una capa que cubre todo lo que considera feminizado, todas las acciones de las mujeres las hace inferiores frente al trabajo de los hombres, las deja como débiles o poco relevantes en comparación con el manto protector masculino.

Cada sociedad mantiene su manto protector y un núcleo a proteger diferente, pero en todas las sociedades estos son el referente para comenzar a crear las expectativas de lo que se espera de cada individuo a partir de su sexo; ballet para las niñas, fútbol para los niños; rosa para las mujeres, azul para los hombres; la maternidad y el hogar para las mujeres, quienes deben de vivir para los otros (Lagarde, 2005) y el trabajo remunerado para los varones, quienes tienen más oportunidades de vivir para sí mismos.

Los mandatos de género gestan la desigualdad entre mujeres y hombres, porque muestra a unas como inferiores ante los otros. Cada rol social y el valor que se le da, es la expresión de las relaciones de poder que se mantienen entre lo femenino y lo masculino. Dicha subordinación es cultura, sin embargo, se encubrió ante una aparente raíz de “naturalidad”, ya que “el orden social actual, es parte de la naturaleza y, por lo tanto, inamovible”.

Violencia de género

Las mujeres y los hombres que no lograron apegarse al paradigma de lo masculino se encontraron subordinados bajo diversos tipos de violencia que atraviesan lo físico, económico, psicológico o emocional y que se encubren bajo el discurso de “naturalidad”, en la idea de que la naturaleza ha otorgado cierta jerarquía que debe de ser respetada y es inamovible, esto parte de la idea de que existe un orden que no se transforma y que es correcto. Lo cual le da pauta a un sector privilegiado – el de los hombres que sí lograron ajustarse al paradigma patriarcal- de buscar, ejercer y perpetuar el poder a partir de una práctica violenta que es legitimada por el Estado, sobre sectores que, debido al orden social, son vulnerables.

En la presente tesis, la violencia de género se va a entender como aquellos actos que afectan la integridad de las mujeres y que encuentran su justificación en el género y el rol social al que la víctima pertenece en el discurso de “naturalidad”. Esta violencia se dirige a las mujeres por su condición de mujeres “en consideración sobre la violencia de género, es decir, aquella que se ejerce contra las mujeres por ser mujeres, ubicadas en relaciones de desigualdad en relación con hombres en la sociedad, y en las instituciones civiles y del estado” (Lagarde, 2012,7)

La violencia de género atraviesa el cuerpo, la sexualidad, la personalidad y atenta contra la dignidad de las mujeres y las personas que pertenecen a la diversidad sexual, los hombres aun cuando no se apegan por completo al modelo hegemónico de masculinidad, son los más beneficiados de esta desigualdad, sin embargo, se “genera en el mediano y largo plazo una afectación para todo el conjunto social que no es inmediatamente reconocida” (Zaremborg, 2013, p.15).

Para el contexto mexicano la referencia legal directa que trabaja para corregir estas diferencias es *la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida libre de Violencia (LGAMVLV)*, promulgada el primero de febrero de 2007. Esta ley es la base jurídica para la protección de las mujeres y el reconocimiento de los delitos que se cometen contra ellas. Dentro de su contenido se tipifican los diversos tipos de violencia que sufren las mujeres, por ejemplo:

PSICOLÓGICA: Es cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad psicológica, que puede consistir en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, desamor, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas, las cuales conllevan a la víctima a la depresión, al aislamiento, a la devaluación de su autoestima e incluso al suicidio.

ECONÓMICA: Es toda acción u omisión del Agresor que afecta la supervivencia económica de la víctima. Se manifiesta a través de limitaciones encaminadas a controlar el ingreso de sus pertenencias.

SEXUAL: Es cualquier acto que degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la Víctima y que por tanto atenta contra su libertad, dignidad e integridad física. Es una expresión de abuso de poder que implica la supremacía masculina sobre la mujer, al denigrarla y concebirla como objeto, y VI. Cualesquiera otras formas análogas que lesionen o sean susceptibles de dañar la dignidad, integridad o libertad de las mujeres.

PATRIMONIAL: Es cualquier acto u omisión que afecta la supervivencia de la víctima. Se manifiesta en: la transformación, sustracción, destrucción, retención o distracción de objetos, documentos personales, bienes y valores, derechos patrimoniales o recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades y puede abarcar los daños a los bienes comunes o propios de la víctima (Art.6)

La *LGAMVLV* también define el hostigamiento y el acoso sexual como tipos de violencia de la que son víctimas las mujeres. “El hostigamiento sexual es el ejercicio del poder, en una relación de subordinación real de la víctima frente al agresor en los ámbitos laboral y/o escolar. Se expresa en conductas verbales, físicas o ambas, relacionadas con la sexualidad de connotación lasciva” **(Art.13)**

Al mencionar que el hostigamiento se da en ámbitos como el escolar y laboral, se habla de violencia que mantiene un orden de jerarquía, un sistema de subordinación por diferentes relaciones de poder y que se da dentro de zonas comunitarias, se da fuera del hogar. Mientras que “El acoso sexual es una forma de violencia en la que, si bien no existe la subordinación, hay un ejercicio abusivo de poder que conlleva a un estado de indefensión y de riesgo para la víctima, independientemente de que se realice en uno o varios eventos” **(Art.13)**

El hostigamiento se da cuando los involucrados se conocen, hay una relación jerárquica, normalmente en escuelas, oficinas y trabajos, mientras que el acoso sexual se puede dar entre desconocidos que no mantiene lazos jerárquicos de manera directa, pero existe una relación de abuso de poder que pone en riesgo el cuerpo, autoestima o integridad de la víctima. Tanto el hostigamiento como la

violencia sexual se dan en espacios abiertos, fuera del hogar, por lo cual es del tipo de violencia comunitaria o en comunidad “Son los actos individuales o colectivos que transgreden derechos fundamentales de las mujeres y propician su denigración, discriminación, marginación o exclusión en el ámbito público.”
(LGAMVLV, ART 16)

Por lo tanto, se puede decir que la violencia que ocurre dentro del STCM entre pasajeros, se trata de violencia en comunidad, es un pequeño reflejo de que las mujeres son violentadas en todos los espacios donde se encuentren. Esta violencia ataca la integridad de las mujeres y dificulta su desarrollo en el ámbito público, rompe con sus derechos fundamentales como humanas, las limita en su movilidad, independencia y apropiamiento del cuerpo, elementos que propician y refuerzan las desigualdades entre hombres y mujeres.

La violencia que viven las mujeres limita su actividad en la vida pública y no permite que sean reconocidas como iguales en derechos a los hombres, ellas son tomadas con menor valor o capacidad de actuar respecto a ellos; incluso llegan a ser consideradas como objetos. No sólo se trata de la violencia que atenta contra el cuerpo, como puede ser la sexual y física, también esta presente la violencia emocional y psicológica que se ejerce sobre de ellas. Además, hay una violencia que sustenta todas estas acciones visibles mediante el discurso social, es la violencia cultural y estructural. En la lógica patriarcal se revictimiza a las mujeres y se les consideran culpables de cualquier tipo de ultraje del que pudieran ser víctimas, es decir, se convierten en las responsables de la violencia que sufren, esto se debe a los discursos disponibles que atentan contra ellas.

Continuando con la explicación de los procesos de violencia, el pionero en los estudios por la paz, Johan Galtung ofrece un esquema en forma de triángulo que se conforma por tres tipos de violencia: cultural, estructural y directa. Estos tres tipos de violencia se combinan para lograr la dominación de un sector sobre otro. “la violencia cultural legitima la violencia directa y la estructural” (Fernández de la

Reguera, 2018, p.315) Cada sociedad sustenta los procesos de violencia visibles en el discurso de cómo se ha construido la realidad. La violencia cultural, en este caso, mantiene una serie de discursos que muestran el orden de dominación de lo masculino sobre lo femenino.

Como herramienta para transmitir la violencia cultura, el lenguaje y, por lo tanto, los mensajes que son creados con él, reflejan y sustentan los procesos mediante los que la violencia comunitaria, familiar, laboral, docente e institucional hacia las mujeres se ejerce, aquí hay un encadenamiento de como la violencia en comunidad es parte de la violencia cultural y a la vez, la retroalimenta. Por lo cual, mediante el estudio del lenguaje y los productos culturales que son creados con él, se puede descifrar las formas en que una sociedad se encuentra construida y los discursos de los que echa mano para justificar cualquier tipo de violencia hacia las mujeres. Incluso, si se mantiene una perspectiva de género, permite ver cómo algunas de las posibles soluciones que se encuentran dentro del imaginario social contienen prácticas que perpetúan la dominación masculina, pues siguen bajo la lógica de protección masculina.

La violencia directa se trata de todo aquello que recae en el cuerpo: golpes, violaciones, tocamientos, etc. En el caso de la presente tesis, la violencia directa se puede ubicar en el acoso, hostigamiento, tocamientos, violaciones, etc. que sufren las mujeres dentro del STCM. Mientras que los carteles de la campaña: *No es de hombres*, pertenecen a la violencia cultural y la violencia estructural es toda aquella que respalda los procesos de desigualdad, marcándolos como un acto normal, es la estructura y la organización de la sociedad. En este caso, el orden patriarcal se refuerza y enmascara con la neutralidad de la visión masculina.

Dicha capa de neutralidad o naturalidad le permite a diversos sectores sociales actuar bajo excusas que suelen no ser cuestionadas y se ven como parte del orden natural o como lo más deseado. Se repiten acciones o formas de vida sin notar que en todos los ámbitos de la sociedad hay un orden que posibilita la dominación de

un sector sobre otro, lo masculino sobre lo femenino. Se generan formas de interacción que ya son el modo de dominación, dando como resultado que quien es violentado justifique el proceso y considere que, de una manera u otra, era acreedor o acreedora a la sanción impuesta “así nos tocó vivir” “es el precio que hay que pagar, por ser mujer” etc.

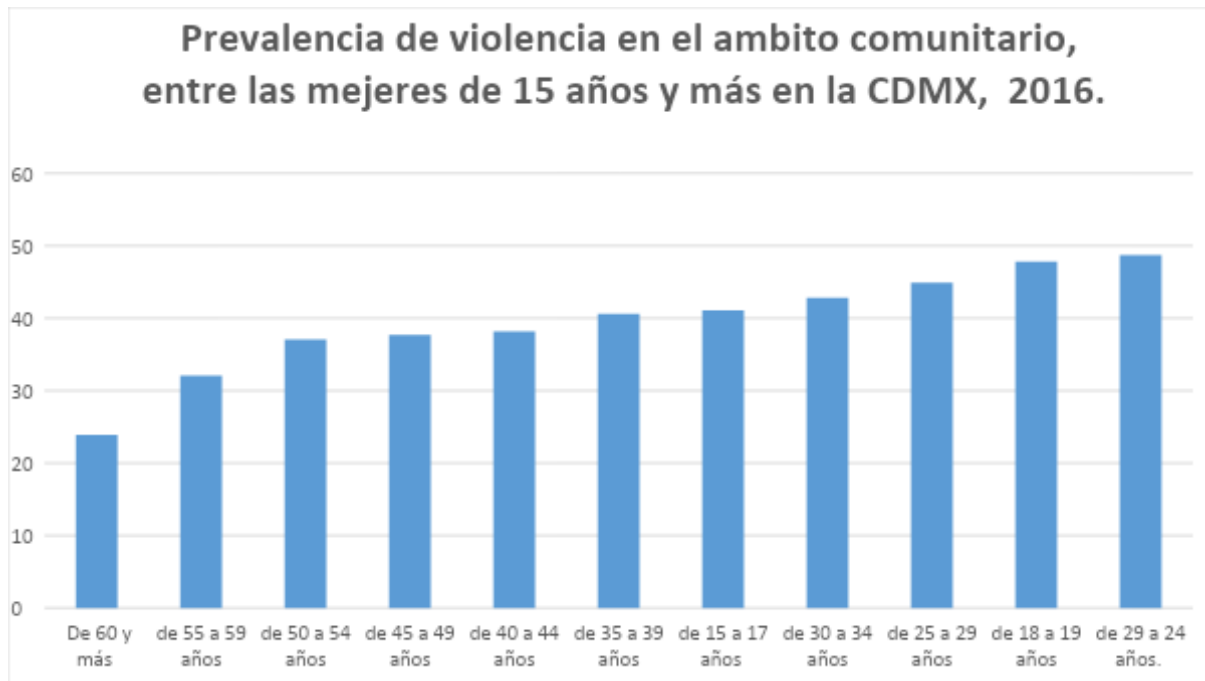
En México, como una medida para erradicar la violencia dirigida a las mujeres, se aplicó la perspectiva de género a las leyes, se crearon instrumentos de medición para buscar datos certeros sobre la forma en que los géneros interactúan en sociedad, así como los diferentes tipos de violencia de los que son víctimas las mujeres. También se crearon organizaciones e institutos con la intención de erradicar la violencia de género. Como ejemplo de los esfuerzos gubernamentales, se puede citar la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* (LGAMVLV), nacida en el 2007, o la presentación que hizo la Suprema Corte de Justicia de la Nación del *Protocolo para Juzgar con Perspectiva de Género. Haciendo realidad el derecho a la igualdad* en el 2013 sin embargo, la violencia hacia las mujeres y niñas en todos los ámbitos de su vida, sigue vigente y limitando su desarrollo.

Otro ejemplo de los esfuerzos gubernamentales es la *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las relaciones en los Hogares* (ENDIREH), la cual en el 2016 arrojó que el 66.1% de las mujeres -de 15 años o más- encuestadas reconocieron haber enfrentado al menos un incidente de violencia, habían sido agredidas por su condición de mujer alguna vez en su vida. El 43.9% de las mujeres han sufrido violencia por parte de su actual o antigua pareja sentimental y que en espacios públicos o comunitarios 34.3% de las mujeres, han experimentado algún tipo de violencia sexual. Es decir, más de un tercio de las féminas que participaron en la encuesta han sido violentadas en espacios abiertos.

De los 46.5 millones de mujeres de 15 años y más que residen en el país, se estima que 30.7 millones de ellas (66.1%) han padecido al menos un incidente de violencia emocional, económica, física, sexual o discriminación en los

espacios escolar, laboral, comunitario, familiar o en su relación de pareja.
(ENDIREH, 2016)

Por otro lado, INEGI a través del Sistema Integrado de Estadísticas Sobre la Violencia Contra las Mujeres (SIESVIM) Informó que en el 2016 dentro de la Ciudad de México (CDMX) el 61.1 % de mujeres de 15 años en adelante declararon haber sufrido violencia comunitaria (haber sido agredidas de alguna manera en espacios públicos por su condición de género). En este estudio la capital mexicana ocupa el primer lugar en dicho fenómeno a nivel nacional. Detrás de ella se encuentra el Estado de México con un 50.2% y Jalisco con un 48. 2%. (SIESVIM, 2016),



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2016)

Las zonas comunitarias o espacios abiertos se presentan como un escenario donde es constante la violencia de la que son víctimas las mujeres, sin importar su edad su integridad se ve amenazada por quienes las rodean y su desarrollo se ve comprometido. Las cifras proporcionadas por el INEGI muestran que más de la mitad de la población femenil que habita la CDMX ha sufrido algún tipo de violencia

en zonas comunitarias como lo son el trabajo, la escuela, el parque, la calle o el transporte público y que a nivel nacional es más de un tercio de la población femenil quien sufre y logra identificar este problema. Con ello se corrobora que la violencia de género también se manifiesta en zonas compartidas, donde la relación entre individuos no necesariamente es emocional y que, sin importar la edad o posición socioeconómica, todas las mujeres son propensas a algún tipo de violencia.

La categoría de violencia en comunidad arroja datos sobre la manera en que las mujeres son violentadas al momento de ejercer sus labores fuera del hogar, demuestra que incluso, al momento de trasladarse de un lugar a otro, su integridad se encuentra en peligro. Las relaciones de dominación entre los sexos no solo habitan el hogar o el espacio privado, por el contrario, se gestan en lo público. Conocer esta información permite dimensionar el trato que las mujeres reciben no solo en el transporte público sino en su vida en general.

En la CDMX desde el año 2008, durante el Gobierno de Marcelo Ebrard Casaubón, la perspectiva de género fue implementada de manera oficial en la construcción de políticas públicas debido al *Memorandum de entendimiento entre el Gobierno del Distrito Federal y la entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, ONU mujeres*. La intención radicó en combatir los problemas sociales que enfrentan las ciudadanas de la Ciudad de México.

Para abordar el problema del acoso en zonas comunitarias, el gobierno de la CDMX desde el 2008 implementó diversas acciones afirmativas. Esto, con la intención de suplir las desventajas que las mujeres puedan tener al momento de desplazarse a lo largo y ancho de la capital, de tal manera que se garantice que ellas logren cumplir con sus actividades diarias. “Las acciones afirmativas o positivas se implementan pensando en procesos de igualdad. “la acción positiva consiste en establecer medidas temporales que corrijan las situaciones desequilibradas como consecuencia de prácticas o sistemas sociales discriminatorios” (Varela, 2005, p.156)

En el transporte público de la CDMX, específicamente en el Metro capitalino, se crearon vagones exclusivos para mujeres desde mayo del 2007 y se dispuso de un cuerpo policiaco que debe de vigilar el correcto uso de las instalaciones, así como la integridad de sus usuarias y usuarios. También se implementó el servicio *Atenea*, autobuses pertenecientes a la Red de Transporte Público (RTP), que sólo transporta a mujeres y niñas, esto como respuesta a la violencia dentro de estas zonas y al programa CDMX Ciudad Segura y Amigable para Mujeres y Niñas implementado en el 2008

El periodo de gobierno de Miguel Ángel Mancera (2012-2018) -en su discurso- continuó con la integración de la perspectiva de género en la construcción de políticas públicas, a su arribo al gobierno de la CDMX ya se encontraba firmados varios acuerdos que documentaban y buscaban erradicar la violencia ejercida contra las mujeres y niñas de la capital, algunas de las medidas que se tomaron fueron las siguientes: caracterizar a los taxis y campañas del Gobierno de la Ciudad de México con el color rosa -socialmente asignado al género femenino-, proporcionar silbatos de auxilio a la población femenina y crear zonas exclusivas para mujeres en todas las líneas del Metro y Metrobús las 24 horas del día.¹

No es de hombres tiene antecedentes, un año antes de su lanzamiento. El 2016, fue uno de los años donde la denuncia del acoso que sufrían las mujeres tuvo espacio en los medios de comunicación, redes sociales y en general. El tema del acoso callejero se posicionó en la agenda ciudadana y exigió una respuesta por parte de los actores políticos. Ante este ambiente de violencia, las capitalinas comenzaron a manifestarse para exigir una respuesta del gobierno a la violencia que viven día a día, *No es de hombres*, surge como parte de las respuestas dadas por el gobierno capitalino.



¹ Esta medida había sido implementada por Marcelo Ebrard en el 2007 pero solo abarcaba las horas de mayor afluencia vial

Las mujeres pedían, exigían, que se implementaran programas en los que su integridad fuera cuidada y mediante diversos espacios denunciaron las prácticas de acoso a las que se tuvieron que enfrentar. A partir de ese momento, la presión social no paró y la presencia de grupos feministas en diversas manifestaciones y en medios de comunicación fue mayor, pero toda giraba en torno a un tema: la violencia vivida por el simple hecho de ser mujer.

El 23 y 24 de abril del 2016, el hashtag #MiPrimerAcoso inundó las redes sociales. Con él las usuarias denunciaban públicamente su primer recuerdo como víctimas de acoso. En su mayoría, las experiencias habían ocurrido con personas cercanas a la víctima. En cuanto a violencia comunitaria se presentaron casos que involucraron a desconocidos y espacios públicos como la escuela, parada de autobús, calle, transporte público, camino al colegio, etc. *Estereotipas* creó una nube de palabras recurrentes en los relatos contados: "primaria", "recuerdo", "niña", "culpable", "vergüenza", "triste", "tocarme". (Ruiz, 2016), todos esto es reflejo de la violencia en comunidad y de como entre cada elemento hay un refuerzo a la subordinación femenina.

Alrededor de toda la República Mexicana se llevaron a cabo diversas marchas el día 24 de abril. Las manifestaciones eran contra la violencia de la que las mexicanas eran víctimas. Ese mismo día se cumplieron 10 años de la despenalización del aborto y ambos hechos fueron relevantes en las manifestaciones, la necesidad porque cada gobierno empezara a implementar medidas para la protección de las mujeres, era más que obvia.



En la capital del país, la manifestación partió del Ángel de la Independencia y se dirigió hacia el Zócalo. Dentro de las consignas se culpaba al Estado de ser cómplice de la violencia de género. #VivasNosQueremos y #MiPrimerAcoso fueron los hashtags utilizados en las redes sociales, para acompañar la marcha donde miles exigían la seguridad de las ciudadanas.

Antes de la presentación de la campaña *No es de hombres* el programa *Viajemos Seguras*, acción afirmativa que tenía como intención reducir el acoso sexual hacia las mujeres dentro del transporte público. La acción consistía en crear vagones exclusivos para mujeres en las horas de tráfico. Al inicio de esta medida se ocuparon los dos primeros vagones de en cada convoy para uso exclusivo de las mujeres, posteriormente, la separación de vagones continuo vigente.

Viajemos Seguras se aplicó en el metro, metrobús, tren suburbano y paraderos de la CDMX desde el 2008, momento en el que se reportaba que 15.7 millones de personas utilizaban en STCM y que poco más de la mitad, eran mujeres y niñas. La separación por vagones se implementó después del *Memorandum de entendimiento entre el gobierno del Distrito Federal y la entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres*, ONU mujeres, emitido por la ONU, durante el periodo de gobierno de Marcelo Ebrard Casaubón.

Ya dentro del periodo de gobierno de Miguel Ángel Mancera, el 26 de abril del 2016, el operativo de vagones exclusivos se intensificó como respuesta a las quejas en redes sociales y a la marcha contra la violencia de género ocurrida en la capital mexicana el día domingo 24 de abril del mismo año. Las quejas no se encontraban sin fundamentos pues tan solo en el mes de abril se registraron 30 demandas por acoso sexual y una violación dentro del Metro (PGJ, solicitud de transparencia, 2016)

Al día siguiente de la manifestación, Miguel Ángel Mancera anunció el reforzamiento de dicho operativo más la posible creación de una aplicación para que las mujeres pudieran denunciar si eran víctimas de acoso sexual en el transporte público y el 25 de mayo del 2016 se anunció la iniciativa de dar silbatos para que cualquier mujer pudiera pedir ayuda. Los silbatos fueron repartidos en todas las estaciones del metro y en las más concurridas del metrobús.

No es de hombres se construyó como una campaña que busca atacar el acoso dentro del transporte público, el cual se presentó como una de las demandas más grandes durante las marchas de 2016 y a lo largo del 2017. Por el acoso sexual que se vive dentro del transporte público es que se implementaron medidas como regalar silbatos, crear aplicaciones campañas y extender la cantidad de vagones exclusivos para mujeres a todas horas y no solo en horas determinadas dentro del STCM.



CAPÍTULO UNO: EL GÉNERO COMO ORGANIZADOR DE LA VIDA EN SOCIEDAD

¿Qué es el género?

Alrededor de los setentas la presencia femenina en la ciencia empezó a hacerse más visible, las mujeres comenzaron a dejar de ser objeto de estudio para convertirse en quienes investigaban, ser sujetos y no objetos. La introducción de las mujeres a la academia es fruto de una larga lucha que defiende la igualdad de derechos entre hombres y mujeres. Aunado a ello, la perspectiva de género también comenzó a entrar a este campo; el cuestionamiento de antiguas respuestas científicas que afirmaban la inferioridad natural de las mujeres, así como la diferenciación entre lo que es el sexo y lo que es el género, es prueba de ello.

Como se vio en la introducción, los mandatos de género llegan a convertirse en un hecho social de tanta fuerza que se piensan como naturales y son difíciles de desentrañar, se cree que todo el proceso para su construcción es una cuestión biológica. Lo social y psicológico como elementos que intervienen en la identidad de género de cada persona son negados y las puertas al biologismo se abren, se confunden elementos culturales con elementos de orden biológico o “natural” y se justifican las relaciones de poder con jerarquías inamovibles, las cuales se basan en un discurso que solo permite la expresión de dos géneros y mantiene fuertes restricciones el uno del otro.

En la construcción del rol de género que a cada persona le corresponde de acuerdo a las normas sociales sen turno, el aparato reproductor con el que cada persona nace, es una de las variables sociales que delimitará su la capacidad de acción ante diversas circunstancias y también es la premisa bajo la que diversos sectores sociales justifican la inferioridad femenina. Pese a lo que estos roles sociales dictaminan, no es en sí el aparato reproductor el que delimita, sino toda la carga simbólica que culturalmente se le da.

A las mujeres se les asocia directamente con la maternidad y con todas las actividades que garantizan la reproducción; la justificación es que biológicamente son capaces de gestar un nuevo ser humano. Son “netamente” buenas para cocinar, limpiar, cuidar, fijarse en detalles, escuchar, tienen habilidades para ser maestras, enfermeras, psicólogas, cocineras, etc. porque “está en su naturaleza realizar el trabajo de cuidado”.

Al sector femenino, aun fuera del hogar, socialmente se les otorga el campo del trabajo reproductivo, mientras que lo masculino se les asocia con las actividades públicas, la cultura, la toma de decisiones y el uso de la fuerza física o mental. Son fuertes y buenos con las matemáticas “por naturaleza”, ellos son buenos jugadores de fútbol, luchadores, ingenieros, físicos, médicos, etc. A ellas se les otorga el trabajo productivo y el espacio público.

En el terreno sexual ocurre lo mismo. Las mujeres son pasivas, recatadas, con deseo sexual limitado, dispuestas a complacer al otro, socialmente deben de mantenerse ajenas a las relaciones coitales hasta el matrimonio y no alardear de su vida sexual, mostrarse como carentes de conocimiento sexual, pocas veces se les permite ser más hábiles en el tema que su pareja varón sin ser prejuiciadas. Mientras que en los hombres ocurre lo contrario, a ellos se les marca como seres humanos con un apetito sexual “natural”, es socialmente bien visto que mantengan diversas experiencias sexuales antes de contraer matrimonio o una pareja estable, ellos deben de ser quienes mantengan más conocimientos sexuales. En el ámbito familiar, de los hombres se espera la manutención económica mientras que de las mujeres se espera que se encarguen del cuidado de la educación y del desarrollo de los hijos.

En busca de otra explicación a la organización social que no fuera “el orden natural”, las feministas en los setentas dieron paso al concepto género. Con él se explicó la diferencia entre lo biológico -el sexo- y lo cultural -el género-. La intención era demostrar como los roles que se le asignaban tanto a hombres como a mujeres, no

eran parte de un orden natural, no estaban en los genes ni dependían del aparato reproductor con el que se naciera, sino que, se trata de una construcción social que se ha aprendido y reproducido por mucho tiempo y que, desde luego, se puede modificar.

El sexo, lo biológico, tiene que ver directamente con la capacidad de reproducción; aparato reproductor interno y externo, gónadas, hormonas, etc. Autoras como Marta Lamas (2015) explican que debido a la combinación de todos los elementos que conforman el sexo de las personas, se puede hablar de mínimo cinco sexos diferentes y no de sólo dos. Pese a ello, socialmente se cataloga a los seres humanos a partir de sus órganos sexuales externos y de manera binaria; hombre o mujer.

Alrededor de estas diferencias biológicas, específicamente las reproductivas, se han creado una serie de prácticas sociales que establecen un rol social diferente si se habla de un hombre o de una mujer y, con ello, han surgido procesos que se traducen en desigualdad (Lamas, 2015). El género son las herramientas simbólicas y sociales (roles, tipos de trabajo, zonas de trabajo, tipos de prendas, cualidades, etc.) que se le ofrecen a un individuo para anclarlo a un sexo y diferenciarlo del otro.

El género se entiende como el conjunto de valores, tradiciones y normas que determinan socialmente las conductas, las actividades, las formas de ser, de actuar, y las formas de relacionarse entre hombres y mujeres en un ir y venir constante de lo cotidiano y ente los espacios privados y públicos. (Chávez, 2015, p.108)

Este orden se repite en todos los grupos sociales conocidos y en todas las culturas “cada sociedad tiene su sistema “sexo/género”, una manera propia de organizarse por la cual el material biológico “crudo” del sexo humano y de la procreación es moldeado por la intervención social y satisfecho de acuerdo con ciertas convenciones” (Lamas, 2015, p.15), estas convenciones son los roles sociales, mandatos de género, a los cuales se agregan los nuevos signos y símbolos que nacen en una sociedad y forman el orden social que se basa en la diferencia sexual.

La filósofa mexicana Graciela Hierro (1998) afirma que las características que consideramos como femeninas son el resultado del “condicionamiento social, a través de las fuerzas culturales que ejercen la presión necesaria para mantener el *status quo*, en cuanto a la formación y consolidación de los roles sexuales y con distinta valoración” (p.122) es decir, el sistema sexo/ género funciona con presiones culturales bajo las que divide al mundo en dos valores diferentes: mujer- hombre, femenino- masculino, elementos que se manifiestan en todo lo que se conoce y crean un orden dicotómico, donde los puntos medios o las combinaciones son aparentemente imposibles.

Desde la perspectiva de la investigadora Joan W. Scott (2015), el género es una de las características que se han construido socialmente para la organización social, este organizador se basa en las diferencias de manera antagónica (hombre-mujer) e introduce a los individuos en relaciones de poder. Es organizador social porque partir del género cada persona adquiere formas de actuar en sociedad que se cruzan de manera directa con su sexo, “Podría mejor decirse que el género es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder” (Scott, 2015, p.274-275).

La investigadora Scott, en su obra *El género: una categoría útil para el análisis histórico* (2015), explica que el género se aprehende a partir del lenguaje, el lenguaje nos introduce al género. Debido a que éste es una construcción simbólica basado en la diferencia “para establecer significados y que la diferencia sexual es una forma primaria de diferenciación significativa. Por lo tanto, el género facilita un modo de decodificar el significado y de comprender las complejas conexiones entre varias formas de interacción humana” (Scott, 2015, p.277).

La autora plantea que los símbolos y signos para comprender el mundo se crean bajo la base de lo femenino y masculino, del hombre y la mujer, de lo bueno y lo malo, dando como resultado que la comprensión que se tiene el mundo gire en torno a una división antagónica que se relaciona con lo que es de un hombre y lo que es de una mujer; lo femenino y masculino.

Hierro (1998), al igual que Scott, considera que quien sufre las consecuencias de la dominación son las mujeres, entendiéndolas como grupo social. Para ella, hay una articulación entre diferentes instituciones que permiten el androcentrismo y la superioridad masculina. “la educación femenina tanto informal (en la familia, en la sociedad) como la formal (en las escuelas), tiende a conservar la hegemonía masculina” (p.56) generando relaciones de poder donde lo dominante es lo masculino.

En cuanto al género y las relaciones de poder, Scott (2015) explica que el género en una persona se define a partir de cuatro elementos clave: (1) símbolos culturalmente disponibles: son los signos y símbolos que se encuentran presentes en una sociedad y delimitan lo que es de varones y lo que es de mujeres. En México, por ejemplo, el rosa y los nenucos son relacionados con las niñas mientras que el azul y los carritos se relacionan con los niños. (2) Conceptos normativos: lo que se considera correcto o incorrecto dentro de un sistema social. (3) Instituciones y organizaciones sociales de las relaciones de género: pareja, familia, escuela, política, religión etc. Y la (4) identidad, es decir, los grupos sociales con los que se identifica el individuo.

En su teoría Scott (2015) considera que el género al ser una creación cultural que se aprende por el lenguaje y al trabajar mediante un proceso de retroalimentación, permite ser transformado a partir del discurso. “La aparición de nuevas clases de símbolos culturales puede dar oportunidad a la reinterpretación o, realmente, a la reestructura del relato edípico” (Scott, 2015, p.281).

La aparición de nuevos signos va de la mano con la interpretación que una sociedad hace sobre lo femenino y masculino. Por lo tanto, si se quieren modificar las relaciones sociales de la actualidad, “el género debe redefinirse y reestructurarse en conjunción con una visión de igualdad política y social que comprende no solo el sexo sino también la clase y la raza.” (Scott, 2015, p.283). Se tiene que actuar con análisis que impliquen la intersección del género, clase social, etnia, etc.

Gracias a la teoría de Scott (2015) se puede comprender como el género se transforma dependiendo de la sociedad en la que individuo interactúa, por lo tanto, no es un hecho natural o inamovible, más bien, se trata del aprendizaje sobre cómo comportarse dependiendo del sexo, el lugar, la raza y la posición socioeconómica. Por otra parte, Scott permite ver la relación directa entre el lenguaje -lo signos y símbolos-, el género, la cultura y la necesidad de estereotipos o roles que se transmiten de una generación a otra, creando una serie de instrucciones sociales, mandatos de género o roles sociales, sobre la forma de actuar de cada sexo ante diferentes situaciones.

La antropóloga e investigadora Marta Lamas (2015), una de las voces teóricas del feminismo mexicano, también analizó dicho concepto y consideró que el género “es la acción simbólica colectiva. Mediante el proceso de construcción del orden simbólico en una sociedad se fabrican las ideas de lo que deben ser los hombres y mujeres” donde “el proceso de entrada a la cultura es también el proceso de la entrada al lenguaje y el género”. (p.235) Hasta aquí la investigadora mexicana coincide con Scott en el papel tan importante que juega el lenguaje como medio para aprehender los roles de género que permean la cultura, sin embargo, Lamas no concuerda del todo con la historiadora Scott.

Para Lamas (2015), Scott confunde “construcción cultural de la identidad de género y estructuración psíquica de la identidad sexual.” (p.333), lo cultural y lo psíquico. Lo personal y lo colectivo en la teoría de Scott no quedan separados. Desde la perspectiva de Marta Lamas (2015), la identidad de género se construye a partir de los procesos simbólicos que se dan en sociedad, es decir, se trata de una acción colectiva con elementos que ya están establecidos que se comparten, reproducen y que se van permutando con el devenir del tiempo. Entonces quedan tres elementos diferentes: identidad de género, sexo e inclinación sexual.

La identidad sexual se trata de un proceso psicológico que atraviesa al sujeto de manera individual y no se transforma en el tiempo. La homosexualidad y heterosexualidad han existido a lo largo del tiempo “pues dicha identidad es resultado del posicionamiento imaginario ante la castración de la resolución

personal del drama edípico” (Lamas, 2015, p.333). Para Lamas, los roles sociales se transforman a lo largo del tiempo, pero la homosexualidad y heterosexualidad siempre han existido. Por lo tanto, la elección del deseo sexual es un proceso individual del cual, mientras ocurre, no se es consciente.

La identidad sexual se conforma mediante la relación individual ante la diferencia sexual mientras que la identidad de género está condicionada tanto históricamente como por la ubicación que la familia y el entorno le dan a una persona a partir de la simbolización cultural de la diferencia sexual: el género. (Lamas, 2015, p.333)

Siguiendo el hilo teórico de Lamas (2015), la construcción de género está ligada con la orientación sexual y es bajo la triada de lo biológico, psicológico y social, que se conforma la identidad de género. Aunado a ello, la expresión del género, el deseo sexual y la identificación, también trabajan de manera conjunta y no necesariamente con los mismos resultados en todas las personas. Dando como resultado que la identidad de género se asuma mediante un complejo proceso individual y social que puede coincidir o no con los parámetros establecidos socialmente.

Ambas autoras, Johan Scott (2015) y Marta Lamas (2015), analizan el concepto género desde puntos semejantes y concuerdan en la tajante necesidad que existe por comprender los roles sociales como hechos no biológicos; la forma en que interactúan hombres y mujeres no tiene una razón natural, más bien, es una cuestión cultural que se puede modificar. Las teóricas ven al género como una construcción social y el hecho de nacer hombre o mujer como algo que no debería tener implicaciones o limitaciones en el desarrollo del individuo.

El género se encuentra presente en todos los productos culturales o productos comunicativos. En ellos se plasma de manera directa o indirecta la forma en que los roles sociales están organizados, lo que se espera de hombres y mujeres, así como las relaciones de poder. Estos mensajes son recibidos por la población, quien los asimila, compara con su contexto y reproduce o rechaza. Scott (2015) considera que el cambiar los signos y símbolos hace que cambie la interacción entre los

géneros, mientras que Marta Lamas (2015), sin contradecir a Scott, considera que se trata de elementos simbólicos compartidos mediante los cuales las personas aprenden a interactuar con los demás y consigo mismos, negando o aceptando sus gustos culturales y sexuales.

En el presente trabajo se entiende la categoría de género como aquellos elementos sociales; comportamientos, signos, símbolos, interpretaciones, roles o jerarquías; que se transforman a partir de si se habla de un hombre o de una mujer y mantiene implicaciones en su desarrollo social. Se asume que el género es un fenómeno que se transforma con el devenir del tiempo y que se encuentra presente en todas las formas de relación social. También se acepta que esta incrustado en las relaciones de poder y al atravesar a los signos y símbolos de una sociedad, forma parte de la construcción del lenguaje y de cualquier producto comunicativo.

No todos estamos cortados por la misma tijera: Interseccionalidad

Tanto en las investigaciones como en el activismo, la misión del feminismo -y posteriormente de los estudios de género- se enfocó en buscar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. El género era la única variable en la que se enfocaban los estudios, análisis y propuestas del círculo feminista era únicamente la del género, pero con el avance de respuestas que tomaban en cuenta el género, las investigadoras se realizaron más preguntas y tuvieron la oportunidad de transformar y volver más rigurosas sus investigaciones al agregar otras formas de desigualdad.

Aportaciones como los conceptos de interseccionalidad y género se lograron en tercera ola feminista, pues la lucha por la introducción de las mujeres la vida pública y la conquista de derechos básicos es un hecho social que ha durado muchísimos años. La razón por la cual ha sido tan tardada la conquista de derechos básicos en el desarrollo social de las mujeres es porque las instituciones sociales -como la familia, el Estado, la escuela o la ciencia- han favorecido el dominio de algunos sectores en específico y la dominación de otros, creando divisiones sociales difíciles de transformar.

Las investigadoras que trabajaron con perspectiva de género se dieron cuenta que la forma de vivir el género se transforma dependiendo de los diversos elementos que conforman a la persona, no solo se trata de una variable, sino de su entrecruzamiento. El color de piel, la clase social, etnia u orientación sexual son características que deben de ser contempladas y analizadas cada que se buscan respuestas a fenómenos sociales, pues un mismo fenómeno puede afectar de manera diferente a las mujeres de tez clara o a las de piel oscura, de la misma manera, recursos para superar dichos procesos son diferentes en cada grupo social.

La interseccionalidad es una de las grandes aportaciones hechas por el feminismo de mujeres de color, a todas las ciencias sociales. La investigadora estadounidense, Kimberly Crenshaw, crea este concepto en 1989, como parte de una crítica al feminismo desde el feminismo. Con él explica cómo las mujeres afroamericanas no eran tomadas en cuenta al momento de generar propuestas para erradicar la violencia de género; tanto en el estudio como en la acción se partía de un sólo punto de análisis, el género.

Esto dio como resultado que las investigaciones y medidas para transformar las estructuras de dominación en Estados Unidos fueran poco o nulamente compatibles con la realidad de las mujeres afroamericanas. Ellas vivían en contextos diferentes a los de otras mujeres americanas, la discriminación por el color de piel aún se encontraba presente y el acceso a ciertas instituciones o programas sociales resultaba imposible o sumamente complejo. Las afroamericanas sufrían sistemas de dominación por ser mujeres, pero también sufrían otras maneras de discriminación -que las mujeres de tez clara no- por su color de piel, posición socioeconómica, raíces y costumbres.

El concepto de interseccionalidad sirve para comprender que existen diferentes ejes de dominación que pueden afectar el desarrollo de las personas y que su entrecruzamiento genera sistemas de discriminación o posicionamiento. Pues “ninguna identidad es natural ni indivisible, de tal forma que la identidad de género

estará entrelazada con la identidad racial, o de clase y explotación, de allí que la identidad este construida mediante las relaciones entabladas en contextos espacio-temporales específicos” (Golubov, 2016, p.205).

Desde la postura de Nattie Golubov (2016), la identidad es el resultado de todo aquello que cruza a una persona y es indivisible. Pensar de manera interseccional, es decir, pensar en más de una variable para comprender los sistemas bajo los que se encuentran interactuando las personas, ayuda a comprender que no todas las variables funcionan igual en todos; el entrecruzamiento hace que algunos sectores se encuentren más o menos expuestos a diferentes tipos de violencia.

El análisis de la presente tesis consta en estudiar la narrativa que se les presenta a las y los usuarios del STCM y que busca combatir la violencia sexual de la que las mujeres son objeto. También se hace presente al momento de comprender las circunstancias en las que viajan las usuarias, su edad y todo el sistema cultural que las ha rodeado y que determina su actuar. La interseccionalidad se hace presente al dejar de contemplar a las y los usuarios como objetos y considerarlos personas que están cruzadas por una serie de experiencias en común, que pueden propiciar una respuesta en común y que existe diferencias entre los espectadores.

Un enfoque diferente: la perspectiva de género

La perspectiva de género, enfoque con el que se trabaja en la presente tesis, toma en cuenta las diferencias sociales y culturales que se crean entre hombres y mujeres a partir de su sexo y género. Esta perspectiva, actualmente, ha adquirido gran relevancia al demostrar que el género de quienes intervienen en un fenómeno social si es relevante, así como la manera en que se entrecruzan las características de cada persona involucrada. Lo cual permite observar interacciones, relaciones de poder o procesos de comunicación que anteriormente habían sido invisibilizados y ocupados para mantener el control sobre sectores específicos como lo son las mujeres.

La integración de la variable de género al estudio de lo social y a la vida política, aporta nuevas respuestas a problemas ya existentes y crea nuevas preguntas sobre la manera en que los individuos se relacionan. A la par, hace que fenómenos sociales que antes no recibían la suficiente atención, ahora se encuentren en el centro de la discusión política, académica y social, pues, el uso de la categoría género se encamina a cuestionar la manera en que se estructura la sociedad a partir de la diferencia sexual y cómo ésta se ha traducido en una serie de desigualdades sociales; no solo se busca comprender sino transformar.

La perspectiva de género se puede entender como “una categoría de análisis para el estudio de las construcciones culturales y sociales que se establecen entre los hombres y las mujeres, que identifican lo femenino y lo masculino” (Chávez, 2015, p.107). Se trata de analizar los fenómenos sociales tomando en cuenta el género al que pertenecen los personajes que interactúan y develar relaciones de poder que se mantienen bajo una capa de neutralidad, así como buscar posibles soluciones que mejoren la interacción entre individuos.

La perspectiva de género proporciona los elementos para identificar el problema, analizarlo, explicarlo, interpretarlo y proponer acciones de cambio y transformación a esos procesos antagónicos, retrogradadas, tradicionales que conforman el *status quo* de la sociedad patriarcal dando lugar a las relaciones tradicionales que históricamente han establecido entre hombres y mujeres. (Chávez, 2015, p.114 y 115)

El uso de la perspectiva de género es una herramienta que se puede utilizar en todas las investigaciones sociales y para revisar los resultados obtenidos previamente por todas las áreas de conocimiento. Desde luego, usarla en problemas sociales que involucran de manera directa a hombres y mujeres, donde la variable de género es de las más importantes porque permite observar fenómenos, interpretaciones y soluciones que buscan salir del orden patriarcal.

Entendiendo el género como categoría analítica, me propongo analizar parte del trabajo que realizan las instituciones gubernamentales para erradicar problemas

como el acoso y la violencia sexual, específicamente la campaña *No es de hombres*, que se implementó en el STCM. El acoso es uno de los fenómenos que día con día sufren las ciudadanas del área metropolitana en el transporte público o zonas comunitarias y que limita su desarrollo integral, por ello es tarea del gobierno, dedicarse a combatir este tipo de discriminación hacia las mujeres.

En todos lados: Feminismo institucional

El feminismo como movimiento social, así como la perspectiva de género, se está integrando a todos los espacios de la vida pública, su misión es dejar al descubierto los problemas que viven las mujeres en los diferentes aspectos de su desarrollo, así como buscar posibles soluciones que ayuden a mejorar el nivel de vida de los habitantes. A la integración del feminismo y la perspectiva de género a las instituciones gubernamentales se le ha definido como feminismo institucional.

Las instituciones gubernamentales se rigen bajo lo que se conoce como el feminismo de la gobernanza o institucional. Este se puede definir como aquel feminismo que busca que tanto hombres como mujeres sean iguales ante la ley, puedan hacer una vida libre de cualquier tipo de violencia y tengan acceso a la vida pública, “el feminismo institucional según en los países donde se ha desarrollado, asume formas distintas” (Varela, 2008, p.100) pero va de la mano con procesos democráticos, donde todos pueden participar, se busca la equidad en derechos y la decisión de cada ciudadano tiene el mismo valor.

Este feminismo tiene como misión sumar la perspectiva de género a las instituciones gubernamentales, encaminar recursos y acciones a la atención de problemáticas donde el género tiene suma relevancia. Lo que se pretende al sumar la perspectiva de género al aparato gubernamental, es entender de qué manera interactúan las personas dependiendo de su género y atender los problemas que se crean alrededor de los roles, preferencias sexuales y el sexo de ciertas comunidades.

Para Gisela Zaremborg (2013) el feminismo instruccional parte de las políticas de igualdad, “nadie puede recibir un trato por debajo de los derechos que rigen para todos” (p.22) esta acción es de resaltarse pues desde que el feminismo nació como movimiento social busca el reconocimiento de los derechos que le fueron negados a las mujeres por una supuesta inferioridad física, intelectual y espiritual, dando como consecuencia que el feminismo sea una posición de resistencia ante procesos de desigualdad y discriminación.

El concepto de feminismo institucional se ha sometido muchas veces a debate, pues ¿Realmente es feminismo un movimiento que parte del mismo grupo hegemónico? ¿Las instituciones aplican la perspectiva de género para comprender lo que ocurre o sólo es parte del discurso en procesos políticos? Para dar respuesta a este tipo de preguntas, Nuria Varela (2008) establece que el feminismo institucional sí es otra corriente del feminismo, pero que no todas las instituciones políticas trabajan con perspectiva de género o integrando la visión de las feministas a sus proyectos.

Yo creo que sí, que el feminismo institucional existe, aunque eso no quita que, en muchos casos, se pretenda hacer feminismo desde las instituciones sin feministas, incluso que hayamos visto cómo se crean instituciones aparentemente a favor del desarrollo de los derechos de las mujeres sin feminismo ni feministas (Varela, 2013)

Con ello, Varela deja claro que dentro del gobierno existen órganos gubernamentales que permiten analizar y atacar problemas con perspectiva de género pero que esto no siempre se lleva a cabo. La igualdad de derechos entre hombres y mujeres, así como la no discriminación por sexo, raza o religión son derechos fundamentales y se encuentran en todas las constituciones de los estados democráticos. En nuestro caso, por ejemplo, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2011) en el quinto párrafo del Artículo 1º cita:

Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

El Estado tiene la obligación directa de establecer las condiciones necesarias para que todos los ciudadanos gocen de las mismas oportunidades de desarrollo. Éste debe de vigilar que no exista discriminación entre los individuos y atender las necesidades de minorías o grupos vulnerables, ya sea por su sexo, género, etnia, creencias religiosas, etc. Las instituciones gubernamentales se ven en la obligación de detectar y combatir de la manera más correcta los problemas que dañan a uno o varios grupos sociales.

Siguiendo a Gisela Zaremborg (2013) “hablar de género es, pues, afrontar problemas públicos relacionados nada más y nada menos que con la igualdad, la justicia, la autonomía, la dignidad, la realización propia, el reconocimiento, el respeto, los derechos y la libertad.” (p.15). Con elementos que involucran directamente el actuar del Estado para proporcionar la correcta convivencia entre los integrantes de una nación.

El feminismo gubernamental en México se puede entender como cada instituto o división estatal que tiene como eje central la desigualdad de género. En México es representado por el *Instituto Nacional de las Mujeres*, nacido en el 2001, en *ONU Mujeres* y en cada estado que, por disposición general, debe contar con una oficina especializada en atender problemas de género. La CDMX cuenta con el *Instituto de las Mujeres de la CDMX*, el cual vela por la integridad de las habitantes de la ciudad capitalina y que, en el 2002, adquirió autonomía.

Desde la implementación de esta perspectiva a nivel estatal y sobre todo, con el trabajo y presión de muchas activistas, académicas y la población en general, se han creado manuales para el uso correcto y no sexista del lenguaje, nació el *Instituto de las Mujeres de la CDMX* y surgieron diversas transformaciones a las leyes

mexicanas, el aborto se volvió legal y gratuito hasta las doce semanas de gestación², el matrimonio entre homosexuales se reconoció, garantizando todos los derechos y responsabilidades que implica casarse y la adopción homoparental es un hecho en la capital del país.

A nivel nacional se incluyó una cuota de género en procesos legislativo y desde las votaciones de junio 2016, por ejemplo, para la Cámara de diputados y senadores debe de existir una postulación del 50-50 en cuestión de senadores y senadoras; Aunado a ello, los partidos políticos debieron cumplir con un 50% de representación femenina en todos los cargos políticos desde el 2018. Este factor es de suma importancia para la integración de las mujeres a la vida política del país, ya que únicamente seis mujeres a lo largo de la historia de México se han postulado como presidentas y ninguna ha ganado.³

La incursión de las mujeres al mundo político es una de las aristas del problema, pero esa no es la única arena donde las mujeres tiene que luchar por sus derechos el ingreso a la vida pública, a los espacios públicos también es una zona de confrontación. Lugares como las oficinas, escuelas, parques o el transporte público son zonas donde las mujeres son agredidas física, verbal y sexualmente. Estas acciones impiden su correcto desarrollo y hace que se vuelvan más propensas a sufrir alguna vejación camino a casa, la escuela o el trabajo. Sus finanzas y tiempos se ven alterados al tomar decisiones que parten de garantizar su seguridad.

Una de las medidas que se ha utilizado para combatir los procesos desigualdad de género es el uso de políticas afirmativas. Con ellas lo que se pretende es dar un impulso a los sectores afectados, en este caso al desarrollo social de las mujeres y en reducir el tipo de desventaja en el que se encuentran las mujeres de acuerdo al contexto “su objetivo es acelerar la igualdad sustantiva o de facto entre mujeres

² La despenalización el aborto en la CDMX se logró en el 2007, durante el sexenio de Marcelo Ebrard Casaubón, gracias a la presión que diversos grupos feministas hicieron. Actualmente, en diciembre del 2018, el tema volvió a llegar al senado con la intención de volverlo legal y gratuito en todo el país y el 28 de septiembre de 2019 se volvió legal en el estado de Oaxaca.

³ La primera en aspirar a la presidencia fue Rosario Ibarra de Piedra en 1982, Marcela Lombardo Otelo en 1994 junto con Cecilia Soto González, Patricia Mercado Castro en el 2006, Josefina Vázquez Mota en 2012 y la abogada Margarita Ester Zavala Gómez en 2018.

y hombres” (Zaremborg, 2015, p.23). Con ello se busca construir un piso parejo entre hombres y mujeres.

Las zonas exclusivas, las cuotas de género en cuestiones políticas, académicas o laborales, las becas para mujeres o madres solteras, así como la creación de programas o instituciones específicas para mujeres, parten del uso de políticas afirmativas. Sin embargo, este tipo de medidas no son permanentes, se crean con la intención de desaparecer después de haber logrado la igualdad de condiciones entre hombres y mujeres. Estas acciones, para que logren su cometido, deben de ir de la mano con acciones que pretendan modificar las conductas negativas de la población, de lo contrario su resultado no será efectivo.

Las políticas públicas para eliminar la violencia de género suelen manifestarse en el último escalón de violencia: la física, que se puede entender como: “Cualquier acto que inflige daño no accidental, usando la fuerza física o algún tipo de arma u objeto, que puede provocar o no lesionar ya sean internas, externas o ambas”. (INMUJERES, 2007, p.134) sin embargo, los otros tipos de violencia (sexual, psicológica, patrimonial, gubernamental, etc.) también deben de ser combatidos si se quiere erradicar la violencia de género.

Los vagones exclusivos para mujeres se tratan de una acción de discriminación positiva que otorga un espacio único para ellas en el transporte público y permite que viajen con una sensación de mayor seguridad. Esta medida debe desaparecer cuando el reconocimiento de las mujeres surja efecto y dejen de ser sexualizadas en todo momento. Por ello, algunas de las preguntas que se busca responder en el presente trabajo son: ¿Cómo se representa el género femenino y masculino en los carteles de la campaña *No es de hombres?*, ¿cuál es el papel de las mujeres dentro de la campaña *No es de hombres?*, y ¿qué propuesta hacen los carteles para erradicar la violencia sexual en el STC, Metro? Con las respuestas obtenidas se busca saber si las mujeres también están obteniendo una correcta representación en espacios públicos, si cuenta con representaciones que ayuden a transformar su actual situación y que les proporcionen armas para combatir problemas, como lo es la violencia comunitaria o sexual, a los cuales se enfrentan día con día.

La perspectiva de género y lo punitivo, cosas diferentes

En lo legal, la perspectiva de género se ha integrado a la construcción de leyes y protocolos que especifican la forma de actuar del sistema jurídico sobre las mujeres. Lucía Núñez (2018), desde una perspectiva de género, analiza el derecho mexicano y, sobre todo, la perspectiva punitiva en asuntos de género. Su intención es establecer cómo funciona el sistema judicial cuando se trata de roles de género.

Para ella, el derecho posee una perspectiva masculina, no es neutro, es sexista, machista y creador de género, es decir, se trata de una herramienta de género que permite seguir reproduciendo el orden social actual, dando como consecuencia que se tomé una base legal patriarcal para solucionar problemas de género y, que, por lo tanto, las respuestas reproduzcan el orden patriarcal. Las leyes por si solas no se salen del círculo patriarcal, sino que reproducen la estructura porque la base es exactamente la misma.

La investigadora Tamar Pitch (2018) va por el mismo camino y considera que la aplicación de medidas punitivas; el castigo a conductas que atentan contra la integridad de las mujeres mediante procesos legales como arrestos, condenas o multas; es un arma de doble filo. Por un lado, dentro del discurso legal se reconoce que existen diversos tipos de violencia que se ejercen sobre las mujeres y no que el último escalón de la violencia (física, sexual o la muerte) es la única existente, se reconoce que existe un proceso de violencia sistémica, la cual debe de ser sancionada y erradicada.

Sin embargo, la investigadora, Tamar Pitch (2018), también afirma que un sistema judicial construido dentro de una sociedad patriarcal crea normas que reproducen el estereotipo de mujer indefensa y hombre violentador. No se crean nuevas formas de interpretar el rol femenino que las permita actuar sin ser revictimizadas, que les del poder y las cree como personajes de acción, por el contrario, se alude a que las mujeres necesitan estar inminentemente protegidas ya sea por otros varones o por un sistema (judicial, político) que es patriarcal desde la base.

Si bien por un lado se obtiene el reconocimiento de los delitos contra las mujeres como crímenes, por otro lado, la mayoría de las veces esto se da con la reducción de todas las mujeres a víctimas vulnerables y seres necesitados de la protección del Estado (Pitch, 2018, p.8)

El proceso legal muestra a los varones como los eternos agresores y defensores (de manera ambivalente) de las mujeres. Se muestra una postura en la que las mujeres no son capaces de defenderse y deben acudir al auxilio de los varones para ser “salvadas” y en caso de que los varones no sean quienes las rescatan, debe de ser el Estado patriarcal (Lucia Núñez, 2018) pero “ellas siempre estarán por su condición biológica, necesitadas de protección”.

El actuar de las mujeres no sólo se desalienta, sino que se invisibiliza y solicita el auxilio de un sistema judicial que tiene sus bases en un orden patriarcal, que pone trabas y no procura el cuidado de las mujeres. Es un círculo en el que las víctimas de cualquier tipo de violencia caen y se engrosa con el orden social en el que viven, no se les reconoce como seres humanos agredidos por el contexto sino como seres indefensos. Este sistema patriarcal re-victimiza a las mujeres y las culpa de los que les ha ocurrido, las muestra como personajes que, si quieren protegerse, deben acudir al cuidado de los hombres.

Se reproduce el discurso de un sistema paternalista que no reconoce la capacidad de actuar de las mujeres. “las mujeres son entonces representadas como sujetos pasivos necesitados de protección y tutela institucional lo que no permite la afirmación de sus derechos de libertad y autonomía” (p.194) Su capacidad de acción se reduce a víctima indefensa que no tiene herramientas para protegerse, que es víctima por su condición natural y no por un contexto en específico.

Se mantiene la lógica patriarcal en la que las acciones femeninas son absorbidas por las masculinas. Ellos son quienes deben cuidarlas, no solo se trata de que los varones tienen el poder de violentarlas o pueden decidir no hacerlo, sino de que una mujer violentada debe esperar a que otro sea quien actúe para “salvarla”. Ellas vuelven al rol pasivo en el que ni siquiera por defender su integridad, se les permite retar las acciones de los varones.

Núñez (2018) considera que los derechos fundamentales de las mujeres son atacados porque no se reconoce la capacidad de actuar de ellas. No se admite que ellas también pueden hacer uso de la fuerza física o de la violencia, en este caso, para su legítima defensa. Según Núñez (2018) “las acciones judiciales no conducen a cambios sociales, ya que, al hacer uso del paradigma patriarcal del derecho y confiar en él, este se refuerza” (p.18).

Desde este enfoque, las diferencias que surgen entre los géneros no se resuelven a partir de la aplicación de medidas punitivas que busquen únicamente castigar a quienes han violentado a las mujeres, “resulta que en realidad la ley penal tiende a proteger los derechos del hombre en su papel de protector de las mujeres. “(Núñez, 2018, p.194) Mientras que se crea que el género femenino siempre va a necesitar ser defendido por el masculino, la visión heterosexual se seguirá reforzando.

La dominación masculina y las mujeres fuera de la esfera pública

Al hablar del orden social, construcciones culturales, discursos y de género, uno de los primeros puntos de los que se puede partir es el del cuerpo. Para autores como Bourdieu (2000) y Sherry Ortner (1997- 2015), la construcción cultural está basada en la diferencia de géneros y las desemejanzas corporales. Éstas resultan clave en todas las culturas que suelen interpretar el mundo de manera binaria y antagónica; bueno - malo, cultura- naturaleza, día – noche, hombre – mujer, guerra- paz, etc.

El cuerpo es el primer referente al habla de diferencias, separaciones y contrastes creados por procesos culturales. Para los autores previamente señalados, la simbolización se da a partir de lo visible, de las diferencias físicas que se identifican entre un sexo y otro; de la necesidad y deseo que el ser humano ha tenido por explicarse el mundo, por ir en busca de certezas ante el devenir del tiempo, dando como resultado que el orden social se divida en dos elementos: lo femenino y lo masculino.

La anatomía de las mujeres provee la vida, su sexo está oculto, tiene la capacidad de alimentar al recién nacido y fue interpretado como la noche, la naturaleza y el misterio, como la fuente de vida, pero también de magia, sangra y no muere.

Mientras que el cuerpo del varón expone su sexo, no alimenta ni da vida, es el día, la caza, la cultura y la dominación de lo natural. Su trascendencia se hace a partir de la cultura, los hechos históricos, el arte, etc.

Como se señaló previamente, Marta Lamas (2015) desbiologizando la diferencia entre hombres y mujeres, explica que “los seres humanos simbolizamos un material básico, que es idéntico en todas las sociedades: la diferencia corporal, específicamente el sexo.” (p.323) en otras palabras, la anatomía de los seres humanos es igual en todas las poblaciones y las simbolizaciones que se hace de ella son múltiples, sin embargo, la diferencia entre los órganos sexuales visibles ha creado sistemas de organización social que distribuyen las tareas y roles sociales de acuerdo al sexo, dependiendo de la cultura es la interpretación que se da.

En los seres humanos tanto los sentidos como las necesidades fisiológicas son iguales para ambos sexos. La anatomía entre hombres y mujeres solo se modifica en cuanto al aparato reproductor interno y externo, hormonas, gónadas y todo lo que conlleva la capacidad biológica de reproducción. Mientras que el desarrollo de ciertas habilidades motrices se da con el ejercitamiento de estas mismas, sin embargo, la asignación de roles sociales entre hombres y mujeres hizo que se desarrollaran en ámbitos diferentes, que crearon y justificaron las diferencias sociales entre cada sexo. Desde un aspecto determinista, las diferencias entre lo femenino y lo masculino no son cuestión de lo cultural sino de lo biológico.

Antes de las aportaciones hechas por las feministas y los estudios de género, la relación entre individuos se regía así, se creía que las estructuras de poder no tenían que ver con una construcción social sino con un orden biologizado. Es decir, que las mujeres estuvieran dominadas por los varones tuvo -y en algunos sectores lo sigue teniendo- una justificación que se apoyó en la “inferioridad natural de las mujeres”

El filósofo parisino Pierre Bourdieu (2000), explica que los roles sociales; acciones que parecen exclusivas de hombres o mujeres; parecen eternos y en consecuencia naturales, porque se les ha negado su papel de históricos. Por lo cual es necesario

hacer hincapié en que todas las funciones sociales son construcciones históricas, formas de comprender el mundo y crear un orden social que no está fijo, que se creó en el proceso de realidad y que es reemplazable.

Devolverles el valor de construcciones hechas por el ser humano y no por la naturaleza “es reinsertar en la historia, y devolver, por tanto, a la acción histórica, la relación entre los sexos que la visión naturalista y esencialista les niega” (Bourdieu, 2000, p.3). Es abrir una puerta hacia el cuestionamiento y la transformación de las relaciones humanas.

Recordar que lo que en la historia aparece como eterno, sólo es el producto de un trabajo de eternización que incumbe a unas instituciones (interconectadas) tales como la familia, la iglesia, el Estado, la escuela, así como en otro orden, el deporte y el periodismo” (Bourdieu,2000, p.8)

Para Bourdieu (2000) y Sherry Ortner (1972), el cuerpo humano es el lugar donde la división sexual del trabajo encuentra su justificación (reproductivo para las mujeres y productivo para los hombres) y con ello todo el orden cultural “la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, puede aparecer como justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división sexual del trabajo” (Bourdieu,2000, p.24) que conlleva a una división sexual de los espacios. El cuerpo no solo es el justificante de la división del trabajo sino del orden social en general.

Bourdieu, en su obra *La dominación masculina* (2000), teoriza sobre como el ser humano construyó una sociedad donde las diferencias físicas entre hombres y mujeres creó un orden cultural que favoreció a los varones. Dando como consecuencia que la dominación masculina sea un hecho, idea y actuar, que se encuentra presente en la sociedad y que le da un espacio privilegiado a todo aquello que tenga relación con lo masculino.

Esta visión masculina se encuentra en todas las estructuras y funge como neutra, no solo imprimiendo su visión en la división sexual del trabajo, sino, también, en la estructura del espacio y del tiempo. Por lo cual, al estar presente en todas las formas

de organización social, no necesita de una justificación. “la visión androcéntrica se impone como neutra y no siente la necesidad de enunciarse en un discurso capaz de legitimarlo” (Bourdieu, 22, 2000).

La efectividad de la dominación masculina es precisamente la capacidad de hacerse pasar por una postura neutra que puede ser útil para detectar los problemas de diversos grupos minoritarios y ofrecer posibles soluciones que no necesariamente son efectivas, pero que, en los ojos de quienes no padecen el problema si lo son. Así, las instituciones gubernamentales crean programas con la finalidad de atender las necesidades ciudadanas, sin embargo, sus estrategias resultan poco relevantes o nulas, pues no corresponden al contexto.

Con la justificación de preservar la seguridad de grupos minoritarios, en este caso las mujeres, se crean discursos que obedecen a la dominación masculina. No rompen con el orden social o buscan la neta seguridad de las mujeres, sino que, por lo contrario, preservan un orden patriarcal. Discursos como que “deben de estar en su hogar y no en la calle a altas horas de la noche” “procurar ser acompañadas por un hombre” o “vestirse recatadamente”, son ideas que hacen que las mujeres se vean en la necesidad de depender de alguien más y en caso de no hacerlo, las señala como las culpables de la violencia que sufrieron. Pero hay discursos mayores como el derecho, la política o la ciencia, que también se encuentran bajo esta idea.

Afortunadamente, la perspectiva de género y la lucha por la igualdad de oportunidades y derechos logró que estos postulados fueran cuestionados y falseados en diversas áreas. La perspectiva patriarcal aún predomina en la mayoría del orden social, los elementos que se relacionan con lo femenino son minimizados y considerados como poco relevantes, sin embargo, la lucha por transformar esta situación ha otorgado mayor libertad para cuestionar los sistemas de dominación bajo los que todo tipo de violencia de género se manifiesta.

La dominación masculina se ve reflejada en toda la sociedad, la rige de manera general y particular, modificando las relaciones privadas y públicas. Los personajes asumen roles de dominación o sumisión en la esfera de lo público y lo privado. Sin

importar que actividad realice un ser humano, si su rol es femenino o masculino, se ve ligado a una acción de poder en la que se relaciona con signos y símbolos que le dan un valor a su trabajo y persona, que marcan sus expectativas y la capacidad de elección que tiene ante determinadas situaciones. Para Bourdieu (2000), los roles sociales o mandatos de género, están intrínsecamente ligados a la perspectiva masculina y la manera en que socialmente se ha creado un orden que beneficia a los varones y todo lo que se relaciones con lo masculino.

La preeminencia universalmente reconocida a los hombres se afirma en la objetividad de las estructuras sociales y de las actividades productivas y reproductivas, y se basa en una división sexual del trabajo de producción y de reproducción biológico y social que confiere al hombre la mejor parte, así como en los esquemas inmanentes a todos los hábitos. (Bourdieu, 2000, p.28)

Bourdieu (2000) considera que la lógica de la dominación masculina no se encuentra únicamente en el hogar sino en las instituciones, no va de lo privado a lo público, más bien, de lo público a lo privado. Las escuelas, religiones, sistemas de gobierno son “lugares de elaboración y de imposición de principios de dominación que se practican en el interior del más privado de los universos” (Bourdieu, 2000, p.7)

Es decir, el orden social se refleja en grupos sociales tan básicos como la familia, se parte de lo macro a lo micro, de lo público a lo privado. Por ello, para el autor es tan importante que las posturas feministas trabajen sobre el análisis de lo social, que no se cierren, sino que se vuelvan el seno de la confrontación política y creen resistencia contra toda forma de discriminación, que su visión se cuele en todos los espacios públicos y se vuelvan la norma.

La dominación masculina va ligada directamente a la violencia simbólica, concepto que el sociólogo Bourdieu (2000) utiliza para explicar la justificación que se le da a la dominación de un sexo sobre otro y que funciona como justificante de la violencia física. La violencia simbólica es aquella que es sentida o vivida por un individuo sin siquiera pensar que es violentado, parte del principio de hacer creer al dominado

que se encuentra en una posición de ventaja o que su dominación que se ve como natural o un regalo.

Se trata de una “violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento del reconocimiento o, en último término del sentimiento. “(Bourdieu, 2000, p.5) Son actos que lastiman la integridad del individuo o de una comunidad en específico pero que, bajo la lógica masculina, se interpretan como hechos naturales, lógico, neutros e, incluso, justos.

De manera no consciente, al encontrar en todos los espacios de desarrollo una misma relación de poderes y roles sociales, los seres humanos incorporaron la perspectiva masculina al pensamiento científico y la hicieron pasar por una postura neutral. Esta es la razón por la cual para la epistemología del punto de vista no basta con solo eliminar el sesgo presente en las investigaciones científicas. Pierre Bourdieu (2000) advierte que lo más difícil es reconocer que lo considerado neutral, en realidad, es un pensamiento masculino y europeo que deja calladas a todas las demás formas de interpretar el mundo.

Otro escalón: las mujeres en un estatus diferente al de los hombres

La antropóloga cultural, Sherry Ortner (1972) también parte del supuesto en el que la dominación masculina es un hecho universal; puesto que no existe una sociedad con un sistema económico, político y cultural que beneficie a las mujeres, no hay un entramado social que coloque a las mujeres sobre los hombres.

Sherry Ortner (1972) explica que la interpretación social que se le dio a la capacidad de parir que poseen las mujeres, es parte del discurso que ayudo a confinarlas fuera de la creación de cultura, todo lo femenino se encuentra entre un umbral de cultura y naturaleza, lo cual le otorga un segundo estatus –inferior al del varón-. Para Ortner, a excepción de la alimentación del infante, cualquiera de los dos sexos es perfectamente capaz de cuidar al recién nacido. Sin embargo, con el devenir del

tiempo, el hecho de parir más que una cuestión biológica se convirtió en una interpretación cultural que limitó -y sigue limitando- el desarrollo social de las mujeres en todos los ámbitos.

Sherry Ortner (2015) postula que la organización social del prestigio, lo que proporciona estatus, es lo que más afecta las relaciones de género. Este fenómeno coloca a las mujeres y sus labores como inferiores o poco trascendentes, las excluye de participar en las esferas donde residen la toma de decisiones y el poder social. Mientras que a los varones les permite participar de manera más directa en las esferas públicas y, por ende, en la toma de decisiones.

La razón por la que el sexo femenino es ligado a este segundo estatus es por su relación simbólica con la naturaleza, porque es capaz de albergar vida. La cultura se nombra sobre la naturaleza y tiene la obligación de dominarla. “aunque no se equipara las mujeres a la naturaleza, no obstante, se considera que representan un orden inferior de la existencia, al haber trascendido a la naturaleza menos que los hombres” (Ortner, 1972, p.8).

La capacidad de las mujeres de dar a luz, explica Sherry Ortner (1972), fue el inicio del discurso que marcó la maternidad como único fin de las mujeres, el punto máximo de su desarrollo y la vía para trascender socialmente. La interpretación que se dio del parto formó parte del orden social que envió a las mujeres al hogar, a lo privado, lejos de la esfera pública, los medios de producción y la toma de decisiones. El rol de las mujeres se enfocó en las actividades de reproducción: la crianza, el cuidado de los hijos, la preparación de alimentos, etc. y sin importar la relevancia de estas actividades, a ellas y a su labor, no se le confinó el mismo valor social que al trabajo productivo.

Ortner (1972) explica que las capacidades de reproducción de las mujeres fueron poco a poco colocándolas en roles sociales que las hicieron las únicas responsables del proceso reproductivo y las alejaron de la construcción de cultura, por ende, de las esferas donde radica el poder. Los varones trascendieron a partir de la cultura,

territorio del cual las mujeres fueron vetadas para dedicarse exclusivamente a la procreación.

Esto no quiere decir que las mujeres deban de seguir culturalmente categorizadas como inferiores a los varones o que deban de estar por completo alejadas de las esferas de poder, pues, “la mujer no está <<en realidad>> en absoluto más alejada o más próxima de la naturaleza que el hombre: ambos tienen conciencia, ambos son mortales” (Ortner, 1972, p.20) pese a que las mujeres tiene la capacidad de dar a luz, eso no las hace más cercanas a la naturaleza o alejadas de la esfera cultural de lo que están los varones.

Las labores que realizan las mujeres se minimizan porque siempre son absorbidas ante las labores que realizan los varones, “la esfera de actividad social asociada preponderantemente con los hombres abarca la esfera preponderantemente asociada con las mujeres y que, por esa razón, a la primera se le atribuye culturalmente mayor valor.” (Ortner y Harriet, 2015, p.135). Todo lo realizado por las mujeres se minimiza ante las acciones de los varones y se engloba como un acto menor y por ende, carente de valor.

¿Qué espacio ocupan las mujeres en la vida pública?

Como se explicó previamente, la división binaria entre cultura y naturaleza se relaciona con los sexos y se refleja en el uso de la lengua: las metáforas, las comparaciones y las relaciones entre símbolos, signos y significados; “los significados de la masculinidad, la feminidad, el sexo y la reproducción surgen en buena medida de las relaciones sistémicas -tanto lógicas como de asociación- en las que participan con otros símbolos.” (Ortner y Harriet, 2015, p.127) Aunque esto, como lo indica Sherry Ortner (2015), no conlleva a que exista una división equivalente en la división de poderes, representaciones, cargos políticos o religiosos.

La importancia del espacio que ocupan las mujeres en la vida pública, radica en comprender por qué ellas se muestran con mayor vulnerabilidad ante actos como el acoso, la violencia sexual o cualquier otra manera de violencia. La falta de reconocimiento social de las mujeres como iguales ante los hombres y la constante subordinación de sus actividades ante las de ellos, así como la necesidad de una correcta redistribución y reconocimiento de las mujeres, como grupo social, para la obtención de poder.

El porcentaje de presidentas en la historia humana o en cualquier país latinoamericano, en este caso México, demuestra como las mujeres están lejos de representar y poseer puestos de poder en la esfera pública. La mayor cantidad de decisiones que han marcado el devenir de la vida humana han sido tomadas por el sector masculino y las mujeres relevantes en la construcción del mundo actual han sido borradas de la historia que se instruye de manera oficial.

En lo privado es lo mismo, la cabeza de familia normalmente es representada por el padre y el papel de la madre se ve relegado al cuidado de los hijos y del trabajo reproductivo, acción que es minimizada y vista como algo intrascendente. Acto contrario al de los varones, que deben de realizar acciones que perduren en el tiempo, a ellos se les da el ámbito de la cultura, del trabajo productivo y la creación del patrimonio. Mientras que a las mujeres se les dota de significado referentes a la naturaleza, el trabajo reproductivo y la crianza, ellas no tienen trascendencia cultural si no es a partir de la procreación.

Por ello, la incorporación de las mujeres al ámbito público está lleno de una serie de “barreras” que complejizan su actuar. No solo se trata del evidente rechazo que diversos sectores sociales manifiestan de manera directa, como lo es la Iglesia católica, sino que el mundo público se creó con una perspectiva masculina en la que las necesidades de las mujeres no fueron tomadas en cuenta. La narrativa humana se constituyó mostrando a las mujeres como seres que necesitaban de la protección masculina, que eran débiles y que adquirirían su valor solo por los hombres que a los que pertenecían.

Nancy Fraser (2006) aborda el problema desde el punto de redistribución y reconocimiento, la autora explica que las mujeres no poseen estatus social porque forman parte de las minorías que no tienen un correcto reconocimiento social, así como que tampoco les favorece la distribución de medios para ejercer poder. Para Fraser (2006), el reconocimiento y la redistribución son elementos claves y necesarios para crear una sociedad más justa, son acciones independientes que no funcionan a manera de causa y efecto, por el contrario, una depende y se complementa con la otra y ninguna de las dos puede reducirse o englobar a la otra.

Desde la perspectiva de esta autora, resolver el problema de la redistribución no resuelve el problema del reconocimiento, por consiguiente, la búsqueda de igualdad entre hombres y mujeres se complejiza, no basta con ceder espacios exclusivos para las mujeres. Por ejemplo, las cuotas de género en procesos políticos son una acción de redistribución, sin embargo, al no ir de la mano con el reconocimiento de las mujeres en la esfera política, éstas no se encuentran completas. Las mujeres tienen acceso a los puestos de senadoras, diputadas, presidentas municipales o alcaldesas por cuota de género, pero eso no garantiza que, al momento de votar, la sociedad no las minimice por ser mujeres o que ellas mismas no dejen su labor en manos de otra persona por no sentirse competentes.

Para crear una sociedad más equitativa, no basta con tener representación en espacios públicos sino con que la voz de las mujeres que trabajan sea tomada en cuenta. Con que ellas mismas se crean capaces de generar cambios positivos en los diversos estratos sociales y que ayuden a fomentar una sociedad donde la igualdad y el respeto por los otros sea un valor ejercido por todos. La igualdad entre los géneros no solo se encuentra en la cantidad de mujeres que logran alcanzar un espacio público para hacer valer su voz sino en que todos los participantes escuchen esa voz y la tomen tan válida como la propia.

No se logra, parafraseando a Nancy Fraser (2006), reconocer al otro como igual y ver a las mujeres como un ser con la misma capacidad de pensamiento, valor social y dignidad. A las mujeres no se les ve como personajes que se encuentra vulnerable ante una u otra situación debido al contexto social, más bien, se le ve como el

personaje social que necesita de la protección de los otros por su construcción biológica, porque es débil y eso no se va a transformar.

¿Cómo reconocer como iguales a las mujeres de los hombres dentro de la esfera política, si no tienen una correcta representación social? A las mujeres, como grupo poblacional, por mucho tiempo se les excluyó de los espacios públicos, de la toma de decisiones y desde luego, de la capacidad de actuar para transformar su futuro. Sin embargo, esta situación se ha transformado y si de verdad se busca una igualdad de género ante la ley y los procesos políticos, la manera en que las mujeres han sido representadas también debe de modificarse. Ellas y quienes las rodean deben de reconocer su capacidad de acción.

Desde luego que este proceso no solo implica la colocación de mujeres en la agenda pública o en espacios políticos sino, la implementación de la perspectiva de género en todos los procesos sociales. Ser mujer no garantiza perspectiva de género, puesto que se vive en una sociedad que aún cuenta con muchas características machistas y patriarcales que subordinan a las mujeres y otras minorías sociales. La perspectiva de género se aprende y se debe de llevar a los procesos sociales más allá de la creación de cuotas de género, las cuales, es preciso recordar, se han creado con la intención de ser temporales y poder desaparecer en cuanto exista una sociedad más equitativa.

Sin embargo, si no se trabaja en la manera en que las mujeres son vistas socialmente, si no se demuestra que no existen espacios o actividades exclusivas para hombres o mujeres y que ambos géneros, a excepción de capacidad de gestación, cuentan con las mismas cualidades laborales, intelectuales, físicas y emocionales, la eliminación de estas políticas afirmativas resulta un proceso mucho más complejo.

El problema del género se centra en una cuestión bidimensional que necesita de una solución bidimensional: redistribución y reconocimiento social. En otras palabras, se busca la redistribución de puestos de poder y de la modificación cultural

de las mujeres y de los papeles que suelen desarrollar. No se trata de solo llevarlas a otro ámbito de la vida social sino de reconocer que su labor es importante.

Por su parte, Sherry Ortner (2015) menciona que las mujeres son representadas en el ámbito público por los varones y si buscan elevar su estatus, lo deben de hacer a través de ellos y no por ellas mismas. Por lo cual, “la superación del androcentrismo requiere cambiar el orden de estatus de género, des-institucionalizar los patrones sexistas de valor y reemplazarlos por patrones que expresen la igualdad de respeto a las mujeres” (Fraser, 2006, p.29) y no su valor a partir de las relaciones que mantiene con los varones.

Sherry Ortner (2015) explica como las culturas intentan representar o defender a las mujeres a partir de la relación que tienen con los varones y no a partir del valor que ellas mismas poseen. Su nivel de estatus -incorrecta representación, subordinación e inferioridad ante los varones- les hace más compleja la entrada al mundo público, lugar donde se vuelven a crear mensajes que retroalimentan todos los estereotipos que subordinan a las mujeres. El proceso de dominación continua de manera indefinida y en muchas ocasiones logra disfrazarse de un acto de neutralidad u objetividad.

Mensajes y género, los medios de comunicación

Los medios de comunicación como lo son la radio, televisión, cine, internet, periódicos y revistas son elementos donde los roles de género se encuentran muy presentes. En las campañas publicitarias y en cualquier producto cultural en general se hace uso de las convenciones sociales que giran en torno al sexo para comunicarse con su público. dentro de la construcción del mensaje se introducen los mandatos de género, los cuales son un reflejo y un alimentador de las ideas que se encuentran en sociedad sobre lo que debe de ser cada persona de acuerdo a sus órganos reproductores.

Estos productos muestran una serie de modelos a seguir sobre la manera en que debe de ser o comportarse una persona dependiendo de su género. Hay cierto “aspecto consensuado y normalizado de ciertas representaciones, que permite que sean constantes en el intercambio comunicativo” (Sánchez, 2007, p.58) Mediante los mensajes emitidos por los medios de comunicación y el contexto en el que se reproducen, se crea un prototipo de cómo las personas deben de comportarse, éste es copiado y alimentado por diversos sectores sociales.

Para la investigadora María José Sánchez Leyva (2007), el papel que el medio de comunicación es sumamente importante para comprender y asimilar el género. Leyva (2007) plantea que el reconocimiento de las mujeres como iguales en derechos y dignidad es importante porque sin él no resulta imposible que su opinión y trabajo sean reconocidos. La autora considera que darle voz y reconocer a los actores sociales, les proporciona poder político. Lo cual les permite tener espacio y poder dentro de contextos políticos donde se ven involucrados los derechos humanos, responsabilidades y cualquier otra relación de poder o discriminación entre individuos.

Por otro lado, la investigadora Aimé Vega Montiel (2015) menciona que “los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías promueven en conjunto violencia de género contra las mujeres y las niñas, sin olvidar que, paradójicamente, representan un potencial transformador para su vida y su libertad” (p.227). No son los medios sino el contenido que se vierte sobre ellos; el pensamiento masculino tradicional que impone relaciones de subordinación y no de liberación.

En el presente trabajo la cuestión radica en la manera en que las agresiones sexuales ejercidas dentro del STCM están siendo combatidas por el gobierno, en especial en la campaña *No es de hombres*. Los medios reproducen un orden social determinado, pero también son reflejo de quien los ha creado.

¿Hay perspectiva de género en lo que comunican estos carteles?

Los resultados son importantes porque la visión del problema que tiene más contacto con la ciudadanía es la institucional, esta postura marca las pautas de cómo se combate el acoso y la violencia sexual en la CDMX. Por ello, se busca entender la manera en que las instituciones públicas están comprendiendo y actuando frente al acoso, el hostigamiento y la violencia sexual en espacios comunitarios como lo son el transporte, las escuelas o centros de trabajo.

Conclusiones del capítulo uno

En este capítulo se vio como desde la postura de Scott (2015) el género es un organizador social que marca pautas de interacción, así como también es la introducción a las relaciones de poder y se aprehende a partir del lenguaje. Por lo cual, los símbolos de cada cultura son pensados bajo la idea de mujeres y hombres, femenino y masculino, con un pensamiento dicotómico marca un orden específico. El género mantiene una estrecha relación con el poder, con el lenguaje y los productos comunicativos.

Aunado a ello, si no se mantiene una perspectiva de género, el hecho de recordar los roles de género y los sistemas de desigualdad entre lo femenino y lo masculino, al crear ideas signos símbolos o formas de interacción se hace desde una lógica patriarcal que no es detectable y se muestra como neutra, esto se debe a que esta tan enraizada que no se ve como un constructo social transformable, sino que se enmascara bajo la idea de lo normal o natural. Sin embargo, el género a ser una construcción social se transforma con el paso del tiempo, las interacciones sociales y la creación de nuevos productos culturales que pretenden mostrar otra lógica que no sea la patriarcal.

Mientras que el concepto de interseccionalidad permite comprender que un mismo fenómeno no afecta de la misma manera a las personas, por lo tanto, los medios para afrontar dicha situación no es la misma para todos. La interseccionalidad son la manera en que la combinación de una serie de características coloca a los

individuos en una circunstancia específica que pueden hacerles más vulnerables a sistemas de discriminación. Por lo que comprender las circunstancias en las que viajan las usuarias del STCM; al ser mujeres que han sido hipersexualizadas, que son vistas como vulnerables por viajar solas o por la cantidad de elementos con los que se transportan, las condiciones del transporte público, etc.; es sumamente importante para proporcionar las alternativas más eficientes ante el acoso y la violencia sexual que ocurre dentro del transporte público.

Analizar con perspectiva de género la construcción de mensajes gubernamentales, integrando la interseccionalidad, no solo permite comprender bajo qué lógica se está construyendo dicho discurso (lógica patriarcal o no) sino saber cuál es la postura del gobierno, que, si bien no se encargó de crear la campaña, si proporcionó dinero para ella y la presentó. La perspectiva de género nos permite comprender el espacio que se le da a las mujeres en sociedad y el nivel de atención que se le está dando a los problemas que ellas sufren, a la vez que nombra el camino para eliminar la discriminación por cuestiones de género y crear un piso para la igualdad sustancial de derechos entre hombres y mujeres.

En el entendido de que existe una lógica que subordina a todo lo masculino, Núñez (2018) permite observar como incluso los sistemas encargados de proporcionar justicia, están cubiertos por este manto masculino y que, si las mujeres necesitan ser defendidas o protegidas, lo serán por una figura masculina (persona o institución), es decir que para que las mujeres sean protegidas en cualquier ámbito de la vida, lo deben de hacer bajo la representación de lo masculino y no por ellas mismas. Los elementos que son utilizados en la campaña *No es de hombres* deben de ser analizados e interpretados para comprender si también se encuentran bajo este manto masculino de protección o se libran de él.

El concepto de segundo estatus (Ortner 1972), permite comprender la condición de las mujeres en sociedad, la manera en que socialmente han sido acondicionadas para que su actuar quede bajo una especie de manto protector que es el de los varones y que suele proyectarse en los productos culturales, la manera en que el cuerpo ha implementado una división sexual del trabajo y de los espacios. Aunado

a ello, la teoría de Bordieu (2000) sobre la lógica patriarcal y la violencia simbólica, reafirman la condición de inferioridad entre hombres y mujeres, que se hace pasar por una condición de neutralidad e incluso, de beneficio para quienes son dominados, por ello, es sumamente importante, mantener una perspectiva de género ante el análisis de las relaciones de poder, porque caer en la lógica patriarcal y asumir que se trata de una postura neutra, en una sociedad patriarcal, es fácil.

Al emplear la perspectiva de género, las investigadoras e investigadores detentan una posición de cuestionamiento que les proporciona un punto de vista epistemológico de resistencia, una visión del mundo que tiene como responsabilidad ser más íntegra y menos distorsionada que la impuesta por los conocimientos científicos tradicionales. Todo esto como consecuencia de la integración femenina y el cuestionamiento del orden social ya establecido. Siguiendo esta línea, al cuestionar los mensajes emitidos por la CDMX para combatir el acoso en el STCM se busca saber si el mensaje fue construido con perspectiva de género, comprender si cumple su función y le da voz al sector femenino que sufre violencia sexual y/o acoso en el transporte público.

Fraser (2006) Nos ayuda a comprender como la redistribución de poder hacia las mujeres, implica una correcta representación en los productos culturales que se crean a la vez que se trabaja y crea una redistribución de espacios, puestos de trabajo y en las relaciones sociales, es decir, una transformación de los lugares que ocupan las mujeres para poder ejercer su poder. No es suficiente con una correcta representación hacia las mujeres sino en que se creen medidas que le otorguen poder y el reconocimiento de este a las mujeres.

Escuchar y no imponer, intentar conciliar y comprender sin anular otras posturas, siempre favoreciendo ideas antidiscriminatorias, es la meta. Por lo cual, al establecer un análisis de la Campaña *No es de hombres*, emitida por el *Instituto de las mujeres de la CDMX y ONU Mujeres*, lo que se pretende es crear un diálogo sobre la manera en que se está combatiendo el acoso en espacios públicos, en específico en el STCM y ofrecer nuevas respuestas a problemas que solicitan ser atendidos.

CAPÍTULO DOS: LA PERSPECTIVA DE GÉNERO APLICADA AL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

Investigaciones pasadas

Comprender un fenómeno social implica la revisión de investigaciones pasadas, las cuales puedan ayudar a entender qué es lo que se desea estudiar y desde dónde se va a realizar dicha investigación. Mientras que el proporcionar un nuevo enfoque a un fenómeno social establece una serie de nuevas respuestas y preguntas a lo que ya se conoce. Tanto las investigaciones que se realizan como las que no, son referentes directos de la manera en que se están organizando los conocimientos, en este caso académicos, puesto que implica la revisión o exclusión de ciertos temas.

Dentro del proceso de investigación para determinar el objeto de estudio de la presente tesis, no se encontró una crítica feminista a campañas que pretendieran erradicar la violencia comunitaria, sin embargo, si se encontraron investigaciones que, ya sea por el método, el contexto o la problemática son pautas respecto al tema de investigación, la campaña *No es de hombres*.

En *Análisis crítico del discurso: raza y género (2006)* de Jorge Martín Gómez Bocanegra, Gerardo Gutiérrez Cham y Patricia Córdoba Abundis se realiza un ACD enfocado a los medios de comunicación, en específico de la prensa jalisciense. Dentro de él, Bocanegra (2006) postula que el lenguaje es el medio por el cual se ejerce poder de manera sutil, sin agresiones aparentes, porque no emplea la violencia física. También se postula que el ACD es interdisciplinario e interactúa con diversas ciencias, posturas o causas sociales, y se enfoca en “las relaciones que hay entre lenguaje y contexto social” (p,15)

El ACD se retoma puesto que el objetivo es dejar al descubierto la manera en que los elementos elegidos para crear la campaña en lugar de fomentar el respeto hacia las mujeres en STCM y erradicar el acoso, reafirman la idea de que los hombres

son los únicos responsables de la seguridad de las mujeres y repiten el discurso hegemónico en el que los varones pueden decidir sobre la integridad de las mujeres.

Patricia Córdova Abundis (2006), dentro de este mismo trabajo, se enfoca en las representaciones del movimiento feminista en la prensa jalisciense de 1925, año en el que se realiza el primer congreso feminista en la Ciudad de México. Dentro de la investigación de Córdova, al igual que en la presente tesis, la variable del género se hace presente para explicar cómo los medios de comunicación escrita reflejan los juegos de poder que existen entre los géneros y como cada mensaje refleja el contexto en el que fue creado. Córdova (2006) explica como los prejuicios de quien crea el producto se reflejan en las notas periodísticas y la objetividad neta desaparece.

De la misma manera, se puede observar como en el discurso de estas notas periodísticas se vuelve a centrar indirectamente en el varón lo muestra como el responsable de las grandes decisiones, minimizando el actuar de las mujeres, así como de sus campos de interés. Se cae en este error porque las notas no fueron construidas desde una postura feminista o con perspectiva de género, factor que se puede apreciar en cada signo o elemento que se usa dentro de las notas.

La investigadora considera que analizar los discursos que circulan en la cotidianeidad es de suma importancia porque “Esta atención discursiva no es ingenua; se organiza de acuerdo a intereses y, por lo tanto, de acuerdo a los lineamientos ideológicos de los distintos grupos.” (Córdova, 2006, p.134). Estos discursos permiten obtener una visión particular del mundo, dotarlo de normas y comportamientos comunes que limitan el desarrollo de un sector u otro. Así, el discurso social se puede entender como la lucha de diferentes grupos por mantener o modificar una manera de pensar, de hacer y de organizar las relaciones de poder y por lo tanto, el orden social.

Córdova (2006) postula que, a lo largo de la historia, las mujeres han sido limitadas a partir de los discursos que ofrecen los productos culturales, en este caso el discurso periodístico, en los cuales existe resistencia a que las mujeres entren al

espacio público, a que se inmiscuyan en temas de política, de la vida pública en general y se duda de su capacidad para organizarse por un bien común. Ella cree que los productos culturales se encargan de reproducir y estimular estereotipos o mandatos de género que inciden en la política, los espacios públicos y la vida privada de cada persona. Es decir, los mensajes que circulan en sociedad crean un discurso en el que las mujeres no son capaces de tomar decisiones que involucran su desarrollo social.

Saber cómo las mujeres hemos sido delimitadas socialmente a través, en este caso, del discurso periodístico, contribuye a saber quiénes somos en la actualidad y cuáles son las expectativas de vida que podemos tener, en tanto que, hasta hace muy poco tiempo, las mujeres hemos sido consideradas como seres parte de una minoría, como seres necesaria y urgentemente minimizables. (Córdova, 2006, p.191)

Uno de los conceptos que utiliza Córdova (2006) es el de Trivialización “esta estrategia discursiva, como lo señalo Barthes (1986) en su momento, es una de las estrategias típicas de los grupos de poder: trivializar lo extraordinario para desactivar el impacto ideológico que puedan tener el discurso o ideas que se intenta menguar” (p.163). Con ello, la autora explica que los periodistas que cubrieron el primer coloquio feminista, sacaron de proporciones los hechos ocurridos hasta el punto de dejarlo como algo ridículo y carente de sentido. Es una estrategia que se utiliza para quitarle valor o seriedad a la idea que se pretende comunicar, la exageración de los hechos o gestos termina por volverlos risibles y carentes de reflexión.

La autora cierra su investigación explicando la importancia que tiene los mensajes que se comunican en la cotidianeidad, así como la manera en que funcionan como el reflejo y alimento de los estereotipos y mandatos de género. Las novelas, revistas, publicidad, libros o campañas sociales, reflejan la manera en que se está codificando la realidad la producen y reproducen.

Para ella, las diferencias que se encuentran arraigadas en el discurso social excluyen a las mujeres de la vida pública; en los mensajes cotidianos a las mujeres no se les toma por iguales en derechos y valor que a los varones; sin embargo, esto no es prueba de un futuro desalentador e intransformable. Contrario a lo que podría pensarse, las causas negativas del discurso pueden corregirse a partir de la correcta construcción del mensaje, con la implementación de la perspectiva de género y el entrecruzamiento de las variables. Ya que “toda fractura en un ‘cuerpo discursivo’ implica una fractura ideológica en el pensamiento mismo de quienes construyen el cuerpo discursivo en cuestión” (Córdova, 2006, p.156)

Tomando la premisa de Córdova (2006), sí la campaña *No es de Hombres* fue realizada con perspectiva de género, debe de procurar una justa representación de ambos géneros y proporcionar un discurso que ayude al desarrollo social de las mujeres que usan el transporte público, es decir, se debe de utilizar la perspectiva de género para no repetir el actual orden social establecido.

Sobre la violencia que se vive en el transporte público, Ulises Torres Sánchez retoma el tema en su tesis: *Violencia cotidiana en la red del sistema de transporte colectivo metro de la ciudad de México, durante el primer semestre de 1999*, (2000). Dentro de su tesis analiza los tipos de violencia que se viven en el Sistema de Transporte colectivo, Metro (STCM) y hace una propuesta de campaña para atender a las víctimas.

El análisis que realiza Torres (2000) es útil porque demuestra cómo existen tipos de violencia en el transporte público que son específicos, van dirigidos a las mujeres; que atraviesan su cuerpo, sus sexualidades; están completamente normalizados por quienes los cometen y quienes los sufren. El autor relata cómo es un viaje cotidiano dentro de los vagones, la forma en que las usuarias y los usuarios interactúan y los diversos tipos de violencia que se presentan. Explica que tanto la violencia sexual como la física, se enfocan en el cuerpo femenino y se acompaña de actos como el acoso y las agresiones verbales, que pueden transgredir la integridad de las usuarias.

Torres (2000) explica que la violencia que se presenta en el transporte ya está normalizada por los usuarios del servicio, “es un hecho cotidiano por el que hay que pasar”. El autor habla del acoso sufrido por las mujeres en su traslado y la forma en que reaccionan ante dicho fenómeno. Él encuentra que, en su mayoría, las víctimas no denuncian ni hacen algo por defenderse pues estos hechos se ven como algo normal, como una acción a la que todas las mujeres están expuestas y es inevitable. En el contexto en el que se da la investigación de Torres (2000), que una víctima evidencie a su agresor era vergonzoso y hasta ridículo, esto como resultado de la normalización del acto.

La víctima tímida (que así lo expresan la mayoría de las mujeres), indefensa y casi sin poder moverse por tanta gente cierra los ojos e implora llegar pronto a su destino. Las más seguras (que son muy pocas) ponen en evidencia al abusador: gritan, piden ayuda, hacen público el hecho, activan la palanca de seguridad en el vagón y solicitan el apoyo del personal de vigilancia” (Torres, 2000, p.11)

Torres se sale de los productos culturales para explicar cómo en la vida práctica la violencia sexual que viven las mujeres -así como otros tipos de violencia- ha sido completamente normalizada, volviéndose parte de la vida de las mujeres, de la experiencia que implica trasladarse en el metro de la Ciudad de México o cualquier otro transporte. Pese a que la metodología y el objeto de estudio de Córdova (2006) y Torres (2000) son diferentes, se cruzan al analizar procesos de violencia y poder, mismos elementos que se conjugan en el estudio de la campaña *No es de hombres*.

Con su investigación, el autor deja sentado algo muy importante: en espacios públicos como lo es el transporte público, existen diferentes tipos de violencia que impiden el sano desarrollo de sus usuarias y usuarios, siendo las mujeres las más afectadas por la violencia sexual y el acoso. Este dato es retomado dentro del ACD realizado a la campaña *No es de hombres*, donde con datos contextuales se corrobora que las mujeres son las más afectadas por la violencia sexual y el acoso que se vive en las instalaciones del STCM.

Tanto la tesis de Torres (2000) como la de Córdova (2006) hablan de la agresión que se ejerce sobre sectores específicos, la cual se transmite a partir de los discursos sociales y las acciones. Es decir, hay un comportamiento social negativo que se ha normalizado a tal grado que es difícil de reconocer como una conducta errónea; ocurre porque es “normal” o “por qué siempre ha sido así”. Incluso, este tipo de visiones se incorporan sin ningún problema a mensajes culturales que pretenden erradicar algún tipo de violencia y no son descubiertos hasta que se implementa la perspectiva de género.

Por último, se encuentra la tesis de posgrado de Azul Kikey Castelli Olvera (2010). En ella se hace un análisis con perspectiva de género de las notas rojas publicadas por *El Universal* y *El Metro*, de diciembre de 2005 a abril de 2006. Castelli en su tesis, *Las brechas del discurso: del sexismo de nota roja a la violencia de género (2010)*, pretende mostrar como el sexismo que se encuentra presente en las notas rojas se puede convertir en violencia de género.

Ella, al igual que Córdova (2006), demuestra como en múltiples ocasiones lo que se encuentra expresado en la nota periodística es la opinión del periodista y no el suceso. Para demostrar lo anterior, la comunicóloga Castelli, al igual que Córdova, utiliza como método el ACD de manera cualitativa y cuantitativa, mide el espacio que se le da a cada nota, los párrafos y la cantidad de notas que cada periódico muestra sobre la noticia.

Dentro del análisis cualitativo con perspectiva de género, Castelli hace uso de la tipología de la investigadora Joan Scott (2015) y retoma los elementos propuestos por la investigadora para la construcción del género: 1) símbolos y mitos socialmente disponibles 2) conceptos normativos e instituciones 3) organizaciones sociales e 4) identidad. Estos elementos también se retoman dentro del análisis de la campaña *No es de hombres*, con el fin de explicar que es el género y la relevancia de los discursos que circulan en sociedad. De la investigadora Marcela Lagarde, Castelli hace uso de la división de tipos de cautiverios: Madresposa, puta, monja, presa y loca. Con el fin de explicar las representaciones sociales que se hacen de las involucradas en las notas periodísticas que va a analizar.

Para Azul Kikey Castelli Olvera (2010), el discurso funciona como “eje constitutivo de la identidad humana y de la cultura” (p.12). Los medios de comunicación distribuyen mensajes con un modelo o estereotipos de género donde la etnia, clase, edad, educación, sexo y religión juegan un papel importante sobre el comportamiento de las personas. Los discursos son atravesados por el género. En este punto las investigaciones de Kikey (2010) y de Córdova (2006) coinciden, pues ambas apuestan por analizar notas periodísticas para comprender la importancia de la variable de género en los discursos que circulan en sociedad. En el caso de la presente tesis, no se analizan notas periodísticas, pero si se analiza un discurso que se encuentra interactuando con la sociedad mexicana.

Otra de las conexiones entre Córdova y Kikey que sirven para el presente trabajo se da al considerar la comunicación como el medio por el cual se transportan los procesos culturales, maneras de entender el mundo y estereotipos, así como la responsabilidad de quien habla. La relación entre el proceso de comunicación y la cultura es dependiente, los productos de comunicación son un reflejo de la sociedad y a la vez la sociedad se alimenta de estos productos para transformarse o continuar, “la construcción de una estructura social y cultural recae directamente en esta capacidad de nombrar, pero sobre todo de significar aquello que se nombra” (Castelli, 2010, p.12)

Desde la perspectiva de Castelli, si se quiere lograr un cambio en las formas de vivir que existen actualmente, lo que se debe de transformar es la cultura. “la lucha por la equidad se libra en el ámbito cultural y la modificación de la cultura es uno de los procesos más complicados” (Castelli,2010, p.26) Siguiendo la teoría de Foucault, se vive en un mundo de discursos donde toda manera de relacionarse se puede modificar porque no es natural, es una construcción social.

Esta transformación se logra con respaldo de la sociedad, la cual debe de responder de manera positiva a las nuevas acciones y parámetros de vida. Todos necesitan de todos, “los seres humanos son contruidos por discursos propios y por los discursos de los otros y dentro de estos otros se ubican todos los elementos sociales, culturales, institucionales, etc. que rodean a la humanidad” (Castelli, 2010,

p.18). En otras palabras, los productos culturales, discursos que circulan en sociedad, si influyen en la manera en que los individuos se relacionan y en la manera en que interpretan el mundo.

Del trabajo de Azul Kikey Castelli Olvera (2010), para el presente trabajo, se rescata la postura en la que el sujeto surge a través del lenguaje, como una consecuencia de los signos y significados que le han rodeado. El ser humano copia, reproduce y comunica los estereotipos con los que mantiene contacto a la vez que forma y alimenta el imaginario social, por lo tanto, también reproduce las representaciones sociales que existen sobre la manera en que cada persona debe de comportarse de acuerdo al género al que pertenece.

Todos los autores expuestos en este apartado concuerdan en que existen diversos tipos de violencia que se transmiten a partir de acciones o productos culturales y que afectan el desarrollo de quienes las sufren. Para Córdova (2006) y Castelli (2010) el discurso construye las identidades, es el medio por el que se comunica la cultura y todo lo que existe en el mundo, la cultura alimenta a los discursos en sociedad y viceversa. Mientras que la variable de género se encuentra presente en todos los elementos culturales y determina parte de los comportamientos que cada individuo adquiere.

Córdova (2006) y Castelli (2010), dentro de sus investigaciones demuestran como al aplicar la perspectiva de género a productos culturales, se encuentran nuevos mensajes que son enviados a la sociedad. Torres (2000), por su parte, pese a no utilizar perspectiva de género en su investigación, demuestra que el transporte público, en específico el STCM, es una zona donde las mujeres son acosadas y/o violentas sexualmente.

Las categorías analíticas del ACD que son relevantes dentro de la presente investigación son:

-Ideología: Conjunto de ideas, sistemas de pensamiento, a nivel macro que le da orden y coherencia a una realidad. Este sistema no necesariamente es correcto, acorde a los derechos humanos o justo.

-Texto: Cualquier elemento que se pueda interpretar (imagen, escrito, vestimenta, etc.)

-Mensaje: Información que se crea y es enviada a un grupo de receptores. Dentro de la construcción de esta idea existen una serie de relaciones de poder, posturas, referentes y elementos que hacen de la interpretación, algo diverso

-Análisis: Interpretación o lectura de un texto para descubrir y descifrar las relaciones de poder e ideologías que contiene

Contexto: situación social en la que se realizó el mensaje, también podría hablarse del momento en el que se interpreta

-Huellas o indicios de contexto: elementos dentro del texto que permiten identificar las características sociales ideologías bajo las que fueron creados.

Desde dónde se está parada, epistemología del punto de vista y ACD

Desde la teoría del punto de vista se entiende que todos los integrantes de un mismo grupo vulnerable tienen experiencias en común que les permiten identificarse entre sí y que el problema de uno es el problema de muchos, de la misma manera, la solución se puede convertir en algo comunitario y no exclusivo. Situados en esta epistemología, podemos decir que las mujeres que han sufrido algún tipo de violencia en el transporte público, comparten una serie de experiencias similares, por lo tanto, una estrategia comunicativa adecuada para el contexto, el problema, puede empatizar y generar impacto dentro de un grupo social amplio.

En esta postura se admite que todo tipo de conocimiento se encuentra situado, parte de un contexto en específico y no es universal. Dando como resultado que para

poder crear una campaña que actué de manera correcta y con perspectiva de género contra la violencia sexual vivida en el transporte público, primero, quien cree la campaña debe de ser capaz de comprender la problemática, no ser del todo ajeno a ella. El problema en cuestión no se le puede presentar como algo completamente nuevo, de lo que no tenga antecedentes o relación alguna.

Para la teoría epistemológica del punto de vista, la política, la epistemología y el conocimiento científico están completamente vinculados. Resulta absurdo dejar de lado las cuestiones políticas para definir la ciencia, pues hay un juego de poder que las involucra en la construcción de realidad y es relevante porque “en las culturas modernas, ni Dios ni la tradición gozan de la misma credibilidad que la racionalidad científica” (Harding,1993, p.16). Esto se puede interpretar como que la mayoría poblacional guía su vida en torno a lo que la ciencia dictamina como verdadero o falso, correcto o incorrecto. Entonces, si la ciencia junto con otros paradigmas sociales asume la inferioridad de las mujeres, esta idea se reproducirá sin ser cuestionada.

Para Harding (1993), todo conocimiento científico conlleva una serie de implicaciones de quien lo ha creado “son, en cambio, productos del pensamiento que llevan la marca de sus creadores colectivos o individuales y, a su vez, los creadores están marcados de forma característica por su género, clase social, raza y cultura” (p.15), esta es la misma premisa de la que parten Córdova (2006) y Castelli (2010). El punto de vista va más lejos que el empirismo científico⁴ pues pone como pauta revisar el origen del conocimiento y no sólo el sesgo, se trata de ir a la raíz del problema y reducir la perspectiva patriarcal en el proceso de creación del conocimiento.

El punto de vista feminista niega la neutralidad del investigador y del método científico. Admite que quien investiga está delimitado por una serie de condiciones culturales que le impiden dar un resultado completamente objetivo y desprendido de quien lo ha creado. La neutralidad absoluta desaparece, no obstante,

investigadoras como Harding (1993) y Haraway (1995) rescatan el concepto para explicar que, si no se puede lograr una postura completamente objetiva, si se pueden crear puntos más objetivos y pertinentes que otros.

Retomando la teoría del punto de vista, el poner en duda el concepto de objetividad absoluta y demostrar que sí es pertinente quien hace ciencia -género, nacionalidad, creencias, posición política, etc.-, permite ver que, al no integrar otras visiones de la realidad, la explicación de esta misma queda incompleta. Por lo tanto, la forma en que se clasifica como verdadero o falso un discurso -sobre todo los científicos, morales, religiosos o legales- depende del momento histórico y las pautas sociales existentes. Justamente el ACD lo que hace es cuestionar estos discursos para saber desde dónde parten, cuál es su propósito o qué estructuras se reproducen.

El concepto de objetividad es utilizado en esta postura epistémica, a diferencia del empirismo feminista, para hacer más amplio el espectro desde donde se define qué es objetivo y qué no, así como hacer plural el conocimiento. Tiene que existir un punto que se considere objetivo, pero éste debe de ser más amplio que el actual y debe ser consciente de que no es objetivo netamente. Sandra Harding (1993), una de las principales autoras de esta teoría, explica que la objetividad existe de acuerdo a un contexto determinado, que es movable y que se va moldeando acorde a las circunstancias, los valores y las necesidades de cada época, por lo cual no hay una verdad absoluta que se mantenga en el tiempo.

Tomar en cuenta el cuerpo de la investigadora o el investigador, el rol social, las experiencias y no asumir una postura “objetiva” tienen importancia a la hora de investigar. Todos estos elementos pueden dar pauta para que quien crea conocimiento sea capaz de describir y analizar los problemas que no se han descrito antes, porque los han vivido y puede hablar de lo que anteriormente no tuvo relevancia académica, social o política, teniendo como resultado una búsqueda del conocimiento que hace uso de la experiencia subjetiva y los sentimientos. La epistemología del punto de vista aboga a esta perspectiva para hacer contrapeso a la organización social actual y al concepto de objetividad absoluta, volver la perspectiva de la ciencia más plural.

Parece que la objetividad se adopta como una función diferencial que permite escoger entre marcos teóricos según su capacidad para dar cuenta de mejores representaciones. Tanto la elección como las representaciones más adecuadas están determinadas en función de los valores más favorables a los colectivos más marginados (Adán,2006, p.125)

En ausencia de una objetividad absoluta Harding (1993) aporta el concepto de objetividad dinámica, que puede entenderse como el intento de ser lo más plural posible al momento de establecer una descripción de la realidad. Dicha objetividad se va transformando a partir de un contexto social y del consenso, pero, siempre dando voz a las minorías. No se niega la objetividad, por el contrario, se reconoce, pero también se es consciente del lugar donde se está emitiendo dicho conocimiento, de que el investigador se encuentra atravesado por una serie de emociones y circunstancias que le hacen abordar el problema con una perspectiva en particular:

De ahí que el compromiso de esta autora con la objetividad no sea reformular el concepto tradicional desde el añadido de las mujeres más bien consiste en cambiar el marco desde donde enunciamos qué es la objetividad para que el nuevo concepto resultante integre los intereses de todos los grupos- obviamente también el de las mujeres- al tiempo que no deja cabida al escepticismo ni al relativismo. (Adán,2010, p.134)

Pese a lo que se podría pensar, este sesgo o falta de objetividad no sólo se da en el área de las investigaciones sociales, sino, también, en las llamadas ciencias duras o naturales y de la salud. Elementos como la cultura, edad, prejuicios y las creencias del investigador, generan modificaciones en los resultados de diversas áreas, incluso en aquellas que se guían por el método científico, pues, las interpretaciones o formas para coordinar los experimentos dependen de un ser humano.

En los productos culturales o cualquier objeto de comunicación, como son las campañas publicitarias o políticas, ocurre lo mismo. La subjetividad de quien las crea se encuentra presente en el producto y resulta imposible separar al autor de

su creación. Pese a que el creador intente alejar su cosmovisión de su trabajo, termina vertiendo parte de quien es y del contexto en el que se encuentra en el mensaje que está produciendo. Por ello, es relevante conocer sobre el tema del que se va a hablar y trabajar con la perspectiva adecuada. De lo contrario, se comunican signos que sólo responden a la manera en que el creador interpreta el mundo, mas no necesariamente el mensaje concuerda con la realidad o cumple su cometido.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD), método que se emplea en esta tesis, se encarga de analizar los mensajes o productos culturales que se encuentran en sociedad, acepta la crítica realizada por la epistemología del punto de vista y admite una fuerte relación entre quien investiga y el objeto o acción social del que se está investigando. La investigadora Patricia Córdova Abundis (2006) explica que realizar este tipo de análisis es importante porque las zonas urbanas se encuentran plagadas de mensajes que “entretejen de manera subrepticia un conjunto de creencias contradictorias que perturban tanto la constitución individual como social de los habitantes contemporáneos” (p.135)

Desde la postura del ACD se asume que los mensajes que circulan en sociedad sí afectan la forma en que los individuos se desarrollan y que su análisis resulta pertinente para comprender cuáles son las ideas que permean en sociedad. Ambas posturas admiten que los resultados obtenidos no serán absolutos, pero no por ello dejan de lado la rigurosidad del estudio, para cumplir con este elemento el ACD solicita un análisis fino del mensaje, es decir, un análisis semiótico.

Ambas, tanto la epistemología del punto de vista como el ACD se encuentran fuertemente comprometidas con los sectores dominados, buscan cuestionar al mundo actual y ofrecer respuestas que se encaminan a una sociedad más equitativa. En palabras de Teun A. van Dijk, el ACD (2016) “se centra en el análisis discursivo y estudia, principalmente, la forma en la que el abuso de poder y la desigualdad social se representan, reproducen, legitiman y resisten en el texto y el habla en contextos sociales y políticos.” (p.2)

El Análisis Crítico del Discurso no sólo estudia los componentes de un mensaje, sino que también busca situar cada discurso dentro de un contexto determinado. Afirma que el significado de un mensaje se da a partir de saber quién lo dice, porqué lo dice, cómo se dice, dónde se dice y con qué instrumentos se dice. Acepta el compromiso de trabajar con los valores o derechos universales, apela al cuestionamiento de cómo las nuevas sociedades democráticas están introduciendo a la vida pública a sectores que antes no tuvieron cabida, pues, “Esta atención discursiva no es ingenua; se organiza de acuerdo al interés y, por lo tanto, de acuerdo a los lineamientos ideológicos de distintos grupos” (Córdova, 2006, p.134)

Por otro lado, la crítica a los discursos que se establecen en sociedad permite comprender como es que funcionan las estructuras bajo las que interactúan diferentes sectores sociales y explicar qué ideas se comunican, por quién se comunican y para quién se comunican. Entender este proceso de comunicación da la oportunidad de modificar el discurso, crear uno más integrador y que satisfaga las necesidades de uno o varios sectores de manera apropiada, sin repetir aquellos aspectos de la vida que propician a los sistemas de dominación.

Al estar comprometidas con las minorías sociales, ambas posturas admiten que hay ciertos sectores -oprimidos por violencia sistémica- a los que se les debe dar voz. También admiten que la ciencia no es objetiva y al no poder evitar subjetividades es necesario estar consciente de que quien investiga se encuentra cruzado por una serie de experiencias que delimitan la forma en que ve e interpreta el mundo y no crear la idea del “conocedor como un sujeto abstracto, desincardinado, autónomo y con la visión del ojo divino que lo ve todo desde una posición de privilegio.” (Adán, 2010, p.136) pues esa posición de privilegio solo es una de las interpretaciones que se pueden hacer del mundo.

En la presente tesis, siguiendo dicha ruta, se asume que la interpretación realizada sobre la campaña *No es de hombres*, no es absoluta, ni la única visión que se puede hacer sobre ella. Eso no quiere decir que se renuncie a la rigurosidad del análisis para demostrar que el mensaje emitido en los carteles no es del todo adecuado con el contexto, que éste se vuelca sobre los varones y reafirma la importancia de

mantener una relación parental o cercana entre hombres y mujeres para mantener respeto hacia ellas y no clasificarlas de manera sexual, por el contrario.

La teoría del punto de vista se marca como guía para la construcción del conocimiento, desde el feminismo enfatiza que todas las mujeres pertenecen a un sector que no fue tomado en cuenta para construir la visión del mundo, por ende, su experiencia permite crear un grupo de análisis y cuestionamiento a los conocimientos ya establecidos. Criticar lo que ya existe, lo que se sabe y que se da por absoluto es una de las labores que debe de tomar el feminismo, sin olvidar tener empatía y reconocer la otredad de los sujetos inmersos en la investigación.

Esta perspectiva, la teoría del punto de vista, descansa en dos pilares básicos: 1) todo conocimiento está situado pues es una construcción práctica y social. 2) Una localización, en este caso, la de las mujeres es más fiable porque proporciona un punto de vista diferente que no había sido tomado en cuenta. “Por lo tanto, si el objetivo es definir un punto de vista menos distorsionado es preciso identificar el conjunto de experiencias que se consideran propias de las mujeres, para, de esta forma, intentar articular qué es la experiencia de las mujeres y darle visibilidad teórica” (Adán, 2010, p.106). Analizar con perspectiva de género permite al investigador ver lo que desde otras perspectivas resulta invisible, permite dar una visión del mundo a la cual el discurso dominante no tiene acceso.

En este punto el ACD aparte de reconocer a los sujetos como personas y no como objetos, menciona que se debe de comprender la realidad y sus intersecciones, para poder ayudar a los sectores que sufren algún tipo de violencia sistémica, como puede ser el acoso o violencia sexual en espacios comunitarios. Esta postura implica darle voz a quienes no la tienen dentro de la discusión pública, explicar los sistemas bajo los que se encuentran sometidos -sobre todo aquellos que son simbólicos y actúan de maneras sutiles pero concisas- y buscar posibles alternativas que den herramientas para que los sectores vulnerables dejen de serlo. “En ese sentido, el ACD es motivado por su aplicación final: el develamiento de los mecanismos verbales, ideológicos, que atentan contra la integridad del ser humano contemporáneo” (Córdova, 2006, 135)

Para Ruth Wodak (2010), el ACD tiene como misión “cuestionar lo que parecen ser experiencias y significados de sentido común, abrir estos significados a muchas lecturas, al debate, a la discusión, o lo que también llamamos desmitificar, textos cuando encubren ciertas ideologías latentes.” (p.584) con ello la autora plantea la necesidad de estudiar los mensajes que se encuentran en sociedad y descubrir qué es lo que hay detrás de ellos, así como la posible necesidad de transformarlos para crear sociedades donde la diversidad y sana convivencia tengan cabida.

Los métodos de investigación no se han transformado, sin embargo, el feminismo y la teoría de género han logrado dar un giro al integrar la perspectiva de género y hablar del entrecruzamiento de hechos que atraviesan a una persona. Al modificar y entrecruzar las variables, se han creado perspectivas analíticas diferentes. Todo ello da como resultado análisis más ricos y capaces de ver y explicar lo que antes estaba oculto.

El método para investigar no se transforma, pero las preguntas que se hacen y la manera en que se interpretan sí. El investigador se da a la tarea de aceptar sus limitaciones como ser humano ligado a un contexto, a ciertos prejuicios y emociones. Se sabe así mismo como incapaz de proporcionar un conocimiento absoluto, pero también se compromete con valores como el respeto, la tolerancia, el anti-racismo, la anti-discriminación, la equidad y la justicia.

Ambas investigadoras, desde la epistemología del punto de vista, Haraway (1995) y Harding (1993), se preguntan ¿quién mejor para comprender el problema que quien lo sufre? Escuchar la voz del que ha sido oprimido puede incrementar la objetividad y hacer más plural el dialogo. Se puede tener una visión más amplia de lo que ocurre y codificar de otra manera la realidad, abre la puerta para pensar en crear un mundo más equitativo en condiciones para todos y no con una sola visión del mundo.

De la misma manera, el ACD plantea que la ciencia tradicional no da respuestas correctas para la investigación de los procesos sociales y que, si la ciencia también es un discurso sobre la organización del mundo, éste debe de ser cuestionado y no solo entendido como una verdad absoluta. Por ello, el mismo ACD se muestra como una postura que se rebela contra el método científico y las maneras convencionales de hacer ciencia.

Van Dijk (1999), uno de los precursores más relevantes del Análisis Crítico del Discurso, menciona que se debe de romper con el esquema tradicional de hacer conocimiento científico a partir del método científico. Él insiste en que no es posible utilizar métodos que no se apegan al objeto de estudio. Si es la cultura lo que se va a analizar y ésta se encuentra en constante cambio, la interpretación de ella no siempre será la misma, se tiene que buscar una visión diferente, de lo contrario, solo se reproducirá lo ya establecido.

En las disciplinas más avanzadas, y especialmente en los paradigmas más abstractos y formales, con frecuencia se descalifica y se marginaliza a la investigación crítica tachándola de «política», y por tanto de «acientífica». El ACD rechaza tal evaluación: subraya primero que toda investigación es «política» en sentido lato, incluso si no toma partido en asuntos y problemas sociales; se esfuerza después, como lo hacen otros grupos marginales, por ser mejor que el análisis «ordinario» del discurso. Sus prácticas sociales y políticas no deberían contribuir solamente al cambio social en general, sino también a avances teóricos y analíticos dentro de su propio campo. (Van Dijk, 1999, p.24)

La epistemología del punto de vista coincide una vez más con el ACD, pues también ha sido creada como una herramienta que busca cuestionar lo ya establecido, encontrar y dejar al descubierto las estructuras de poder. El ACD busca explicar las relaciones de dominio entabladas mediante signos, símbolos y formas de comunicación, crítica el método científico tradicional y la idea de que los sujetos y fenómenos sociales se pueden comprender de igual manera que las ciencias biológicas o “duras”.

Para Haraway (1995), la confrontación política que surge entre los diferentes grupo o sectores que se relacionan en un problema es positiva porque permite observar desde diferentes puntos un mismo fenómeno y “revela al mismo tiempo tanto las dominaciones como las posibilidades inimaginables desde otro lugar estratégico. La visión única produce peores ilusiones que la doble o que monstruos de muchas cabezas” (p.263).

Haraway (1995) también habla de la nula existencia de valores científicos neutros capaces de hacer más objetivos la historia científica, en este punto su pensamiento concuerda con el de Harding (1993) al apelar a una objetividad dinámica, pero, en la postura de Haraway se plantea como alternativa la existencia de valores -en cuestión moral- superiores. La autora considera que un investigador comprometido con la no discriminación y consciente de su propia subjetividad puede llegar a construir un conocimiento menos distorsionado y modificar la manera en que se lee el mundo, crear productos culturales más adecuados al contexto y que salgan de la lógica patriarcal.

Para Haraway (1995), la objetividad se relaciona con la interacción, con el diálogo entre diferentes posturas o distintos conocimientos situados, la misión es entender al otro, al que ve desde un punto diferente el mismo fenómeno. Así, los individuos al estar en un contexto histórico específico tienen conocimientos parciales que no son estáticos, se transforman y conviven con otros más, siendo el diálogo entre los distintos puntos de vista -todos parciales- lo que genera conocimientos situados. Por lo tanto, lo que antes era correcto para combatir un problema ahora resulta poco acertado, sus deficiencias salen a flote y surge la necesidad de transformarlo.

Continuando con el cuestionamiento de la manera actual de hacer ciencia, Haraway (1995) rechaza la posibilidad de que ahora exista una ciencia específicamente feminista, pero postula una ciencia fruto del conjunto de desarrollos científicos y de la discusión entre diferentes posiciones que deben ser conscientes de sus intereses, prejuicios, ideologías, historia, etc., es decir, de sus conocimientos situados. La investigadora también considera que el hacer conocimiento científico desde esta

epistemología no se crea una ciencia feminista, lo que hace es una crítica feminista a la ciencia actual.

Se acepta que existen conocimientos situados y se renuncia a crear conocimiento universal. La ciencia no debe cerrarse a una misma respuesta. En este punto, la objetividad científica y la política se relacionan en cuanto a la capacidad de llegar a consensos democráticos, entendiendo que la objetividad se refiere a un conocimiento situado, un consenso dialogado que siempre será revocable y dependiente del contexto político.

Junto con el concepto de conocimientos situados, Haraway (1995) también habla de la capacidad de saber mirar la visión que determinado contexto nos da, en otras palabras, hay una forma predominante de leer el mundo en un momento específico, pero llega un punto en que esa lectura ya no es válida, ya no alcanza a explicar todo lo que ocurre y surge la necesidad de transformarla, de crear nuevas narrativas que expliquen el mundo. Este cambio de narrativa es constante y no surge de la noche a la mañana, pero, existen factores que propician o pausan su transformación.

Donna Haraway (1995) se pregunta, si el discurso científico también es una historia ¿Por qué no crear una más integradora? Una que englobe más de un punto de vista y propicie una sociedad más justa e íntegra. No una donde todos sean iguales, pero sí donde las diferencias se respeten y exista un piso de derechos universales para todos, a lo que yo le agregaría: procurando el bienestar de todos, respetando los derechos y libertades de los demás, promoviendo la política del escucha, la empatía, educando para prevenir y erradicar, pero bajo la cultura del respeto y no del castigo o del miedo.

Esta visión de la ciencia como «una práctica de contar historias, sobre todo» no pierde de vista nunca, sin embargo, las demandas éticas y materiales muy concretas planteadas por los discursos científicos. ¿Los «hechos» científicos pueden ser narraciones radicalmente históricas y contingentes, «pero es igualmente cierto que no todas las narraciones son iguales aquí»?'. Las apuestas en las historias científicas son altas, e incluyen la insistente

materialidad de la relación entre la ciencia y sus «otros» mundos (Orr,1995, p.43-44)

Cambiar la narrativa, como lo postula Haraway (1995), sumar signos y símbolos que promuevan la integración y el respeto, pero no oculten los problemas existentes, sino que, por el contrario, se haga conciencia de ellos y de la necesidad de eliminarlos, es posible, pero primero hay que entender cómo funciona la narrativa actual. Justamente esa es la meta del ACD, comprender como se reflejan los dispositivos sociales en el orden social, en los mensajes, discurso, iconos, actitudes, etc.

Se trata de develar la ideología o postura que se está reproduciendo en los mensajes que circulan entre sociedad, saber: ¿cuáles son los valores o puntos clave de cada mensaje y hacia qué ideas hacen referencia?, ¿qué sistemas de organización social se siguen manteniendo?, ¿bajo qué recursos, premisas y justificaciones? El ACD opta por la interpretación de los textos pues considera que “Los discursos están siempre antes, durante o después de cualquier práctica humana” (Haidar, 2000, p.36) Hay que entender qué se dice para después ser capaces de reproducir o modificar el mensaje.

Para la investigadora Julieta Haidar (2000), analizar los discursos que se encuentran en sociedad es importante porque estos “Producen, reproducen y transforman la vida social en todas sus dimensiones” (p.57). Los discursos que se encuentran en sociedad se alimentan de los procesos sociales que existen, a la par, reproducen el contexto social donde surgieron y de la misma forma pueden dar pauta para la transformación de las interacciones sociales.

Los discursos hegemónicos y las prácticas discursivas

Para el filósofo Michel Foucault (2005) es importante distinguir entre dos tipos de discurso: aquellos que se dicen en la cotidianidad, que son nombrados y desaparecen y los discursos hegemónicos -como puede ser el científico, religioso o

judicial- que establecen quien tiene capacidad para enunciar qué es la verdad y poner las pautas de relación entre los individuos. Este tipo de discursos son creados y sustentados por las instituciones.

En los discursos superiores se encuentra presentes las reglas para determinar quién puede hablar y quién no, qué grupos son poseedores de la verdad y del poder, así como de cuál es la verdad. Se trata de los discursos científicos, legales, religiosos o políticos, aquello de los que se parte para explicar la realidad y crean un sistema de saber/poder (Foucault, 2005) que define las circunstancias para que una oración sea nombrada como verdad. Hay una construcción del conocimiento que parte de un punto de vista en específico, que está lleno de subjetividades que no se reconocen y que se hacen pasar por puntos de vista neutrales. La “verdad” o lo que se nombra como tal, no es más que una interpretación del mundo que contó con el contexto necesario para nombrarse como dominante.

Michel Foucault en *El orden del discurso* (2005), habla de la construcción de la realidad como una serie de discursos que se crean para mantener el poder en un sector y no en otro. Se refiere a las narrativas que se construyen socialmente para sustentar una realidad como la “verdadera”. Los discursos biologizados que se crean en torno a las capacidades naturales de las mujeres para procrear y para hacerse cargo del trabajo reproductor, aquellos que hablan del valor de las mujeres a partir de su vida sexual o de la relación que mantienen con los hombres forman parte de esta construcción social.

Retomando la línea epistemológica de Sandra Harding (1993) junto con la teoría de Foucault (2005) sobre de la construcción de conocimiento, existen discursos que estructuran la forma en que los seres humanos viven y que se refleja en los signos y símbolos que cada sociedad construye, son realidades que dan sentido y entablan relaciones de poder. Así, el lenguaje funciona como la base social que permite la relación entre individuos, pero también es la herramienta bajo la cual cada persona expresa su conocimiento sobre el mundo, es decir, los referentes sociales en los que cada persona se encuentra inmersa se reflejan en todo aquello que comunica.

Los signos son la representación de todo lo que se conoce y el lenguaje es el resultado final de cada cultura, es el común acuerdo entre los integrantes, pero como lo menciona Bourdieu (2000), también es el reflejo de la dominación masculina. Las diferencias físicas, la división social del sexo -trabajo, educación, emociones, apariencias, actividades, etc.-, aunado a las relaciones de poder y todo lo que se conoce del mundo, es decir, el orden social, se refleja en el lenguaje.

El ejercicio del poder que ocurre en los mensajes busca más que la confrontación física, el reconocimiento, no se trata de violencia física sino cultural. Los juegos de poder entre discursos se dan para establecer una verdad a partir de pruebas que no se pueda falsear y se perpetúan usando como herramienta el discurso cotidiano, marcar las diferencias culturales entre hombres y mujeres como resultado de las diferencias físicas es muestra de ello.

Pero el poder, como lo comenta Foucault (2005), no se mantiene en una sola persona, cambia de emisor dependiendo de la situación. Por ello, los movimientos feministas han luchado por obtener reconocimiento en diferentes esferas sociales, por nombrar la verdad y dar cabida a nuevos discursos que visibilicen los problemas que las mujeres sufren; por mostrarse como resistencia.

El poder resulta algo por lo que se está en lucha constante. Para la investigadora María Inés García (2015), el poder se encuentra presente en todo lo que hacemos “está presente en lo que pensamos, en lo que decimos y en la manera de decirlo; se inscribe en nuestros afectos, sentimientos y afecciones, en nuestros deseos más recónditos y oscuros, en nuestros anhelos y esperanzas:” (p.233) El estar tan presente es lo que le permite cambiar de poseedor constantemente.

Los discursos que se dicen en la cotidianeidad, las prácticas discursivas, son el reflejo de los hegemónicos, es el orden social expresado. Las pláticas comunes, los carteles, la publicidad, los códigos penales, programas televisivos o la literatura, muestran las normas bajo las que se rige la sociedad en que fueron creados. Ambos discursos -los hegemónicos y las prácticas discursivas- le dan orden a la vida en sociedad, son necesarios y están arraigados en la base social. Sin embargo, con el

tiempo, el cuestionamiento y las prácticas sociales todos los discursos pueden llegar a transformarse.

Las mismas estrategias simbólicas que las mujeres emplean contra los hombres, como las de la magia, permanecen dominadas, ya que el aparato de símbolos y de operadores míticos que ponen en práctica o los fines que persiguen (como el amor o la importancia del hombre amado u odiado) encuentran su fundamento en la visión androcéntrica en cuyo nombre están siendo dominadas. (Bourdieu, 2000, p.26)

Bourdieu (2000) llega a la conclusión de que las instituciones; científicas, políticas, judiciales, económicas, etc.; no sólo sustentan la dominación de lo masculino sobre lo femenino, sino que han nombrado a esta dominación como un hecho natural y neutral y que incluso, la agresión de ellas contra ellos parte de lo patriarcal. Siguiendo a Foucault (2005) y a Bourdieu (2000) se puede decir que las instituciones que sustentan la dominación masculina son las mismas que poseen la voz para hablar de lo que es verdad, de lo que es relevante y de lo que no, en este caso la visión masculina.

Con respecto a ello, Harding (1993) comenta que el discurso para interpretar la realidad ha excluido a las mujeres por mucho tiempo y hasta que ellas lograron entrar a estos círculos de poder pudieron cuestionar lo que siempre se interpretó como verdadero. El prácticamente borrar la figura femenina de la Historia Universal y desconocer a personajes como: Hipatia de Alejandría, Artemisia Gentileschi, Olympe de Gouges o Mary Wollstonecraft, es un ejemplo de la forma en que se construyó la Historia Universal -narrativa social-, dejando fuera a las mujeres.

Aunado a ello, las instituciones funcionan como organizadoras, como líderes de opinión que marcan lo que está bien y lo que está mal; establecen una narrativa sobre la manera en que se debe de convivir socialmente. Estas narrativas pueden chocar o se pueden complementar, pues se encuentran en el campo de la discusión pública. En el ámbito legal, por ejemplo, las mujeres deben de mantener una igualdad de derechos y oportunidades ante los varones, sin embargo, en los

discursos religiosos los hombres eligen la manera en que una mujer debe de conducirse.

La cultura marca a los seres humanos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. La lógica de género es una lógica de poder, de dominación. “lo que define al género es la acción simbólica colectiva. Mediante el proceso de construcción del orden simbólico en las sociedades se fabrican las ideas de lo que deben de ser hombres y mujeres. (Lamas, 2015, p.325)

El lenguaje, por su parte, funciona como un alimentador no sólo es el reflejo. Todos los productos culturales, todas las narrativas que se encuentran en la sociedad, son una construcción que proporciona signos, los cuales se encadenan con otros signos para reforzar la identidad de género dominante o transformarla. En el día a día se reciben mensajes que hay que interpretar, se obtiene información que ayudan a moldear nuestras decisiones y perspectivas de lo que es correcto y lo que no, el ser humano está en constante construcción.

Los signos se van encadenando, siguen la distinción clave de lo que es femenino y lo que es masculino. Crean significados a partir de lo contrario y construyen el pensamiento dicotómico del que se habló en un inicio. Toda esta distinción se traspa a los mensajes que son creados aludiendo al contexto, a la memoria social y a los estereotipos que se tiene sobre ciertos personajes.

Estas son las representaciones de las que nos habla Nancy Fraser (2006), elementos que son alimentados por el contexto y que a la vez alimentan el contexto. Los cuales han ayudado a que las mujeres queden fuera de la toma de decisiones, no importa que tan respaldado se encuentren por la ley el sector femenino, si esta acción no se complementa con una correcta representación o parte de la perspectiva de género.

Cuando se trata del género, los discursos no sólo muestran las relaciones de poder entre los sexos sino los roles que se deben de asumir, es decir, los signos y símbolos reflejan la manera en que son ejecutadas las acciones sociales entre

hombres y mujeres, la división femenina o masculina. El género resulta clave en la construcción y codificación de signos, símbolos y de la cultura en general. “las identidades del género son inventos culturales, ficciones necesarias, que sirven para construir un sentimiento compartido de pertenencia y de identificación” (Lamas, 2015, p.343)

Siguiendo las ideas de Bourdieu (2000), la correcta representación de las mujeres debe de empezar en el ámbito público para que después pueda llegar a lo más íntimo del hogar o de una relación. Por ello, Harding (1993) y Haraway (1995) apuestan por nuevas narrativas, por representaciones femeninas que no refuercen los mandatos de género, se busca crear nuevos caminos que lleven a una realidad distinta, más equitativa.

¿Si a las mujeres se les ha preparado para aceptar una u otra circunstancia por qué no crear discursos que las preparen para que puedan responder ante actitudes que dañan su integridad, asumiendo los conflictos que se presentan en sociedad y poniéndolas como protagonistas de sus decisiones, creando narrativas que faciliten el proceso de autonomía y empoderamiento? No sólo es la transformación del discurso legal sino, de todas las narrativas de a pie, de todos los productos culturales que rodean al ser humano. Se tienen que crear relatos que ayuden a transformar las maneras de relacionarse entre géneros, que ataquen y erradiquen la violencia de género y que creen empoderamiento y autonomía en las mujeres.

“El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse” (Foucault, 2005, p.15) por ello, los grupos feministas luchan por ser parte de los discursos que marcan el orden de la vida social, pues, todas las representaciones de la realidad son métodos para entablar la verdad, son instrumentos de dominación que se pueden convertir en espacios de rebelión y réplica.

Los discursos hegemónicos naturalizan una forma de vivir y de actuar que es develada hasta que se le aplica la perspectiva de género, antes de ello los mandatos

de género parecen muy normales y las formas de interacción también. Las relaciones de poder no quedan al descubierto. Los mecanismos de desigualdad no se notan porque están inscritos hasta la raíz del comportamiento humano y se muestran como naturales ante los integrantes de una sociedad. Las representaciones “son decisivas, ya que reconstruyen anclajes para la acción y nos moldean la experiencia, por ello colaboran en la construcción o mantenimiento de ciertos modelos de exclusión y dominación” (Sánchez, 2007, p.68)

Todos los mensajes que se crean en sociedad invariablemente se pueden transformar y se encuentran atravesados por lo que consideramos lo femenino y lo masculino. Hay cierto “aspecto consensuado y normalizado de ciertas representaciones, que permite que sean constantes en el intercambio comunicativo” (Sánchez, 2007, p.58) Hay un prototipo de los medios de comunicación de cómo cada persona debe de comportarse y éste es copiado por diversas personas, es una retroalimentación, un proceso de dependencia que no va de manera lineal o hacia el progreso, solo se transforma y la manera en que se transforma es lo que resulta relevante.

Los signos crean realidades donde el género es punto clave en la relación de poder, en saber quién tiene el derecho y reconocimiento para entablar un discurso que se considere como verdadero, y que da consecuencia que las mujeres vivan en un sistema cultural que no las representa debidamente y que implica serios problemas en su participación política y en su vida cotidiana. El papel de las mujeres como seres que deben de estar en continuo cuidado, que siempre necesitan ser protegidas por los varones aún se encuentra presente y ejerce presión sobre ambos géneros, perpetuando el sistema de dominación masculina e impidiendo el sano desarrollo y libertad de movimiento de las mujeres.

Crear nuevos discursos que sin negar los problemas actuales den paso a nuevas narrativas, las cuales permitan una convivencia más sana y equitativa entre humanos, no solo es una alternativa viable sino necesaria si se quiere llegar al progreso y a un mundo menos violento. No se trata de que “las mujeres se den a

respetar” porque eso sería revictimizarlas, sino de crear discursos sociales que rompan con su papel de simulación, subordinación e indefensión.

Si la lengua tiene la capacidad de crear mundos, culturas e historias que nos hacen vivir de una manera u otra ¿por qué ahora que se es consciente de su poder y de los métodos de dominación, no crear discursos que faciliten la resistencia de las minorías? La creación de mensajes que hablen sobre el empoderamiento y autonomía se ven como necesarios para crear agencia en todos los sectores sociales.

De aquí se desprende que la liberación de las mujeres solo se podrá realizar mediante una acción colectiva dirigida a una lucha simbólica capaz de desafiar prácticamente el acuerdo inmediato de las estructuras encarnadas y objetivas, o sea, de una revolución simbólica que cuestione los propios fundamentos de la producción y reproducción de capital simbólico y, en particular, la dialéctica de pretensión y distinción que es la base de la producción y el consumo de los bienes culturales como signos de distinción (Lamas, 2015, p.331)

Si se modifican las interacciones entre los géneros también se transforman los signos -y por ende sus significantes y significados-. Se crean nuevas formas de reaccionar ante situaciones particulares y estas nuevas formas de actuar se vuelven lo común. La transformación del signo hace que los individuos cuenten con un abanico de oportunidades más amplio en cuestión de género, que a la par, se relaciona con muchas otras más variables como la posición socioeconómica, religión, nivel de estudios etc.

No hay otro camino más que la invención de nuevas narrativas para el sano desarrollo de las personas, acompañado de la revisión permanente de las instituciones para poder crear un mundo más equitativo. La perspectiva de género ayuda a comprender las representaciones sociales que se hacen de los personajes y por ende los roles que juegan en sociedad. Por ello, la perspectiva de género en el análisis de lo social se vuelve clave para comprender y atacar problemas, no basta con crear cuotas de género, la perspectiva de género debe de acompañar todo el proceso de transformación.

Para responder las preguntas planteadas en un inicio: ¿cómo es que las instituciones responsables (*Instituto de las Mujeres de la CDMX y ONU Mujeres, México*) están significando y/o comunicando la violencia sexual en el transporte público de la CDMX en la campaña *No es de hombres?*, ¿el discurso que se utiliza dentro de la campaña *No es de hombres* contiene perspectiva de género?, ¿qué proponen los carteles en contra de la violencia sexual?, ¿qué observaciones se pueden hacer para atacar el problema?, ¿el mensaje y el contexto son acordes? Se analizan los conceptos propuestos por Roland Barthes (1999) en su análisis semiótico.

La reproducción de un orden social y del género

Los espacios públicos se llenan de mensajes que presentan una tesis, se debaten y son reinterpretados por todos los receptores. Hay un intercambio de argumentos, puntos de vista, identidades y comportamientos que pueden respaldar o no al discurso dominante, sin embargo, la perspectiva de lo masculino se encuentra inmersa en todo lo que no se trabaja con perspectiva de género.

El emisor, cada individuo que vive dentro de una cultura determinada, se encarga de asimilar la información y de internalizarla, convierte a la visión masculina en lo normal, acepta que es un comportamiento natural y lo vuelve algo incuestionable. La razón por la que lo hace es porque este discurso se encuentra incrustado en otros discursos más, está presente desde que el individuo nace y permea toda su vida. Fenómenos como los sistemas económicos, la división de géneros o los mismos lenguajes, son ejemplo de ello.

Todos los mensajes que circulan en sociedad permiten que el individuo se mantenga entre referentes que le ayudan a compararse y construir su identidad. Por ello, Fraser (2006) insiste en una correcta representación de las mujeres, que no trivialice su actuar y las haga reconocerse como iguales ante los varones en la toma de decisiones. De lo contrario, aunque se logre una redistribución de los espacios de poder, tanto en lo público como en lo privado, si las mujeres no se consideran

capaces de tomar decisiones y quienes las rodean no las consideran relevantes, el cambio resulta más complejo.

La idea de lo que puede o debe de ser una mujer está delimitada por el imaginario colectivo de la sociedad donde se desarrolla, por los mensajes que se reproducen en el orden de la vida, las campañas, los productos y medios de comunicación o cualquier institución. Las formas discursivas de los medios de comunicación alimentan al discurso social que es la cultura y, por ende, la forma en que una sociedad se organiza. Se trata de un proceso que se retroalimenta constantemente y que se transforma en algunos sentidos y perpetua en otros, dando los referentes de lo que es un hombre y de lo que es una mujer.

Los seres humanos entran al mundo cultural a partir del lenguaje y con él comprenden cómo funciona su sociedad, hacen relaciones entre signos, símbolos y significados. Durante su desarrollo asocian elementos y adquieren un rol social como niña o niño, incluso antes de saber las diferencias sexuales, porque existe un contexto social que les dice cómo deben comportarse, la manera en que deben de actuar ante una situación, sus gustos y juegos. Todos estos elementos se van perfilando de acuerdo a su rol y a la forma en que lo asimilan.

El mensaje “puede estar sustentado por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen fija o en móvil, por el gesto y por la mezcla ordenada de todas estas sustancias” (Barthes, 1969, p.215), su justificación puede estar hecha de manera directa o indirecta pero siempre con una carga simbólica que refleja el orden social y, en consecuencia, las relaciones que existen entre los géneros. Continuando con la interpretación de Sherry Ortner (2015), todos estos símbolos contraen una carga que proporciona una referencia de lo femenino, lo masculino y su estatus en sociedad.

Los roles se construyen y reproducen en sociedad mediante el vehículo del lenguaje; todo lo que se crea culturalmente se refleja en la lengua hablada. Todo tiene un nombre y los lenguajes son el vehículo para nombrar todo aquello que existe y hacérselo saber a alguien más. El lenguaje no es el objeto, pero representa

a la cosa o al individuo. Hay una producción, apropiación y renovación de los signos y significados que circulan en sociedad, los cuales son el reflejo de las transformaciones sociales.

Los signos no hablan por sí solos, sino que adquieren valor al colocárseles en un contexto. Roland Barthes en *Mitologías* (1999), explica que no necesariamente una imagen tiene múltiples significados, pues, como cualquier otro signo, al ser colocada en un contexto y ser pensada para determinado público, los factores de referencia se reducen y el significado del mensaje visual se puede transmitir sin necesidad de utilizar palabras de apoyo.

Desde la perspectiva de Roland Barthes (1986- 1999), el mensaje se compone de diversos elementos que permiten enviar más de una idea y al integrar todos los puntos que lo rodean y conforman, se puede comprender lo que realmente se estaba comunicando. En el texto de *Mitologías* (1999), Barthes se inclina por analizar el mensaje publicitario porque considera que, al ser un producto premeditado, todos los elementos que se han colocado dentro de él tienen la firme intención de comunicar algo, están colocados para reforzar una idea.

La campaña *No es de hombres* cumple con este requisito, se trata de un mensaje que ha sido premeditado, no es un texto publicitario, pero si forma parte de una campaña pública, en la cual todos los componentes empleados debieron de ser pensados con sumo cuidado. Ninguno de los objetos o elementos presentes en la imagen pudo haber quedado al azar. Al tratarse de una campaña que combate un problema social, se debió de crear una previa investigación y al representar a *ONU Mujeres y el Instituto de las mujeres de la CDMX* en la erradicación de un problema en el que el género sí es relevante, se debió de integrar la perspectiva de género.

Roland Barthes (1986) expone que el mensaje cuenta con ciertas características que permiten encontrar tres ideas dentro del mismo cartel. Para localizar cada idea y poderla analizar, el semiota hace uso de tres análisis diferentes: análisis de la sustancia lingüística, análisis connotativo y análisis denotativo. En la presente tesis, la propuesta de Barthes (1986-1999) se utilizará para realizar el análisis fino del

mensaje que exige el ACD y posteriormente se presenta el contexto en el que se desarrolló la campaña. La intención es proporcionar un análisis más completo pues, este tipo de mensajes forman parte de los que el filósofo Michel Foucault (2005) denomina prácticas discursivas, las cuales reflejan el orden social donde fueron creadas.

Propuesta metodológica de análisis de Roland Barthes

Continuando con Barthes (1986), el plano de la sustancia lingüística son todos los elementos que se encuentran escritos en el mensaje, de todas las palabras u oraciones que son útiles para codificar lo que se dice. Este tipo de recursos escritos pueden ser el anclaje o el relevo, los cuales ayudan a eliminar la polisemia con la que la imagen cuenta mientras que se mantienen con una carga propia de significación, es decir, cada oración -ya sea anclaje o relevo- funciona como complemento y a la vez mantiene un significado por sí misma.

El anclaje se puede entender como una oración que ayuda a comprender el significado de lo que se dice. En este caso las palabras no se apoyan de la imagen, sino que la imagen se apoya de las palabras. La oración sirve como refuerzo de lo que pictográficamente se comunica. Mientras que el relevo es el cambio de la imagen por palabras, aquí no hay una complementación sino sustitución. Este fenómeno es más obvio en las historietas, donde una onomatopeya continua con el hilo narrativo del recuadro anterior, el cine mudo también es un ejemplo de esta herramienta.

Para Barthes (1986) no basta con analizar la sustancia lingüística del mensaje publicitario, ya que esta es solo una parte. Él considera que los signos no son neutrales ni tampoco comunican una sola idea, sino que, sin importar el canal en el que se envíen -imagen, texto, audio- “siempre nos es dado a leer un segundo mensaje entre las líneas del primero” (p.294). Para el autor, todos los mensajes están contruidos por una denotación y una connotación, siendo la segunda capaz

de crear significados diferentes a lo que podría proporcionar la sustancia lingüística o la denotación.

Las imágenes suelen contar con una serie de elementos que ayudan a codificar lo que se quiere transmitir. El uso de colores, personajes y oraciones facilita la comprensión del mensaje, ya que todos estos signos están relacionados con elementos que el público conoce, alude al contexto, a la memoria social y a los estereotipos que se tiene sobre ciertos personajes. Dentro del estudio de los carteles de la campaña *No es de hombres*, se asume que todos los elementos fueron colocados con la intención de comunicar un mensaje en específico.

La denotación y la connotación

En el trabajo de Barthes (1986), el signo cuenta con dos planos que conforman el significado del signo. El primer plano es el de la denotación, el cual se conforma por el sentido literal de los elementos expuestos en el cartel, los signos son independientes del contexto. Mientras que en el segundo plano, en la connotación, el contexto y el receptor juegan un papel clave, pues, el mensaje se llena de signos y símbolos que mantiene un referente externo, este es el segundo mensaje.

Signo	Denotación	Sentido Literal (lengua)
	Connotación	Mito

Para Barthes (1986) el plano de la denotación es todo aquello que se dice de manera textual, es el sentido literal del mensaje. Mientras que el plano de la connotación se relaciona con la desviación que el signo ha tenido y que le permite tener un doble mensaje, el cual lo convierte en portador de significados que le son otorgados culturalmente. Éste es el doble discurso social del que habla Barthes

(1986), la combinación de del significado literal del mensaje y el que se relaciona con el contexto.

Denotación (lo dicho de manera textual)	Sentido (signo)	Significado
	Forma (significante)	
Connotación (relación cultural que el signo tiene con otros signos)	Forma (signo)	Concepto
	Significación	

En su famoso análisis de pasta Panzani: la pasta, los jitomates, champiñones, la red y los colores que son ocupados, forman parte de lo denotativo. Los elementos están representándose a sí mismos -recordemos que es una imagen y no el objeto mismo-. Mientras que lo connotativo es la relación de signos y significados que se tiene. La red, por ejemplo, en su contexto, se relaciona directamente con las compras de supermercado, con la frescura; las verduras, con lo natural. Mientras que la pasta, su nombre y el uso de los colores verde, rojo y blanco dan un ambiente italianizado.

Desde la perspectiva de Barthes (1986), al interpretar los mensajes que emiten los productos culturales es preciso saber cuál es el código en que están inscritos, en el caso de la pasta Panzani es el francés. A la par, se necesita tener algunos saberes, pues dependiendo de ellos, es el análisis que se puede hacer de la imagen. Uno de los saberes que se posee para realizar el análisis de la campaña *No es de hombres* es la perspectiva y teoría de género.

Dentro de la construcción del mensaje fotográfico, en *Lo obvio y lo obtuso* (1986), Barthes describe seis elementos que pueden estar o no presentes en la construcción de la imagen y que ayudan a construir el mensaje denotativo y connotativo. Dichos elementos serán utilizados como parte del análisis semiótico que exige el ACD en la presente tesis.

- 1) Trucaje: son los elementos que transforman la imagen. Para Roland Barthes la imagen transmite una aureola de verdad, de completa denotación que se apega al plano de lo real. El trucaje son estos elementos que permiten transformar la imagen sin alejarla de lo que está representando “utiliza la particular credibilidad de la fotografía que, como hemos visto, consiste en su excepcional poder de denotación, para hacer pasar como mensaje simplemente denotado un mensaje que esta, de hecho, connotado con mucha fuerza” (Barthes, 1986, p.17)
- 2) Pose: es la postura que adquiere el modelo del mensaje. Dentro de la pose pueden encontrarse las muecas o aparentes movimientos del modelo. La posición de su cuerpo puede ayudar a comprender qué es lo que se está queriendo decir. “la fotografía no es significativa sino en la medida en que existe una reserva de actitudes estereotipadas que construyen elementos de significación ya establecidos (Barthes, 1986, p.18)
- 3) Objetos: son los elementos que conforman la imagen. Cuando una imagen ha sido creada con la firme intención de comunicar algo, como ya se había mencionado líneas arriba, todo lo que se ponga dentro del cuadro de la imagen esta previamente premeditado y con la firme intención de comunicar o reforzar una idea. Son “elementos de significación: por una parte, son discontinuos y completos en sí mismos, lo cual constituye una cualidad física para un signo: son elementos de un auténtico léxico, tan estables que se les podría dar una estructura sintáctica con facilidad.” (Barthes, 1986, p.19)
- 4) Fotogenia: es la capacidad de crear una imagen bella con la ayuda de la iluminación, impresión o reproducción. Que el modelo se vea bien en la imagen, que sea carismático o llame la atención de los receptores por su belleza.

- 5) Esteticismo: cuando la fotografía, gracias a sus características es capaz de compararse con la pintura y volverse arte. Aquí no es necesario que la fotografía cuente con fotogenia, lo importante es que su composición sea adecuada, comunique un mensaje y aparte algo a la industria del arte.
- 6) Sintaxis: es el encadenamiento de una imagen tras otra, esto genera un mensaje construido con una serie de fotogramas o cualquier tipo de imagen.

Conclusiones del capítulo dos

De lo expuesto anteriormente podemos concluir que la integración de la perspectiva de género tiene como fin combinarse con los métodos ya establecidos para proporcionar resultados más completos. No basta con eliminar el sesgo en la ciencia bajo el uso del método científico, más bien, se debe de mantener un fuerte compromiso con valores que eviten la entrada de discursos racistas o discriminatorios, a la vez que se deben de integrar a los grupos vulnerables y con su visión analizar los problemas sociales que les afectan. Esto con el fin de obtener nuevas respuestas, las cuales no son absolutas, pero permiten tener un panorama más amplio y equitativo de lo que son los fenómenos sociales, por ello, agregar a la investigación elementos como la objetividad dinámica y los valores situados es relevante.

De la misma manera, se afirma que los resultados obtenidos en la presente investigación, no son una respuesta absoluta ni una interpretación definida de la campaña No es de hombres, pues el conocimiento obtenido aquí, se encuentra situado en un contexto en específico y es analizado por alguien que también se encuentra atravesada por una serie de condiciones que le proporcionan una visión en específico, se obtiene una objetividad dinámica (Harding, 1993)

La crítica hecha a la ciencia actual radica en que esta se ha construido por un sólo grupo que la ha ocupado para dominar, dejando de lado los problemas de los sectores más vulnerables o intentando resolverlos desde la postura de quien domina y no de quien es dominado, recurriendo a acciones que promueven el castigo y llegan a cuestiones legales más no a la reflexión y a tratar al otro como

igual, el fondo no se transforma. El discurso científico es creado y utilizado para reproducir, mantener y reafirmar cierta estructura de dominación.

Esta crítica al discurso científico lo que busca no es desarticular la ciencia sino volverla más integradora y dejar de ver perspectiva patriarcal actual como única respuesta a todos los fenómenos sociales y biológicos, es el integrara la perspectiva feminista y atender a a sectores que no han mantenido una correcta representación social,

El ACD considera que al analizar el discurso se analiza una forma de acción social, porque la estructura de una sociedad se encuentra incrustada en los productos que crea, entre ellos, el lenguaje y todos los mensajes hechos para su distribución. Todos contienen elementos que permiten analizar el orden social. Por ello, el análisis del discurso se vuelve necesario, para saber cuál es el fondo de lo que se está diciendo y desde donde se están dando los signos y significados para interpretar el mundo e integrar a diversos sectores a la vida pública.

De Michel Foucault (2005) se rescatan las categorías analíticas del discurso hegemónico y practicas discursivas para explicar como un orden patriarcal se reproduce en la vida cotidiana como algo “normal”, así como que las relaciones de poder son cambiantes y se pueden transformar. Se retoma a Bourdieu (2000) para a la conclusión de que las instituciones; científicas, políticas, judiciales, económicas, etc.; no sólo sustentan la dominación de lo masculino sobre lo femenino, sino que han nombrado a esta dominación como un hecho natural y neutral y que incluso, la agresión de ellas contra ellos parte de lo patriarcal.

De todo lo anterior se puede deducir que la interpretación del mundo que cada individuo adquiere depende de tres elementos clave: cultura, género y lenguaje. Todos estos elementos están conectados y se alimentan entre sí, por ello Fraser (2006) se preocupa en el proceso de redistribución de los medios de poder, pero alude a que esta transformación no está completa hasta que las representaciones

de minorías sociales, como lo es el género femenino, también se modifiquen. Hay una necesidad de actuar sobre los procesos culturales y de comunicación, transformar las narrativas sobre el papel social de las mujeres para facilitar la transformación del orden social.

El objeto de estudio de esta tesis, los carteles de la campaña, *No es de hombres*, al ser analizados reflejan el contexto en el que han sido contruidos, demuestran cuáles son los temas que se encuentran en la vida pública y la manera en que son vistos. A la vez que expresa quiénes son los que poseen la capacidad de enunciar la verdad y desde qué perspectiva lo están haciendo. Justamente la manera en que el *Instituto de las Mujeres* ataca el problema del acoso en el transporte público habla de cómo entiende el fenómeno. Al tratarse de un mensaje que fue planeado, cada uno de sus elementos debió de estar pensado para comunicar una idea en específico y no reproducir elementos que coloquen a las mujeres en un segundo estatus o reproduzca roles sociales negativos.

En cuanto a la propuesta **de** análisis de Roland Barthes, en *No es de hombres*, se realizarán tres mensajes dentro del mismo cartel: análisis de la sustancia lingüística, análisis connotativo y análisis denotativo. Posteriormente se presenta el contexto en el que se desarrolló la campaña. La intención es proporcionar un análisis más completo pues, este tipo de mensajes forman parte de los que el filósofo Michel Foucault (2005) denomina prácticas discursivas, las cuales reflejan el orden social donde fueron creadas.

Los autores presentados anteriormente no solo ven la construcción del mundo como un discurso, sino que, también, concuerdan con Haraway (1995) y Harding (1993) en la necesidad y posibilidad de analizarlo y transfórmalo. Mientras que el ACD no solo ver pertinente el análisis del mensaje y la interpretación rigurosa de la información para desentrañar lo dicho. El ACD también encuentra necesario colocar estos signos y símbolos en un contexto determinado y así dotarlos de una significación completa.

CAPÍTULO TRES ¿QUÉ SE COMUNICA EN REALIDAD?

Análisis semiótico

Dentro del presente capítulo se realiza el Análisis Crítico del Discurso, el cual se integra por la descomposición semiótica de la campaña *No es de hombres* y la exposición del contexto en el que se desarrolló dicha campaña. Para el análisis semiótico se utiliza la propuesta hecha por Roland Barthes (1999) y se estudia la sustancia lingüística, la denotación y connotación de la campaña, toda la interpretación se hace con perspectiva de género. La intención es desarmar el texto para comprender cada uno de sus significados por separado y, después, al combinarlos obtener un mensaje final.

La sustancia lingüística, análisis

Para Roland Barthes (1986), la sustancia lingüística es todo elemento que se encuentra escrito dentro del cartel, este a su vez se divide en dos: anclaje o relevo. Se habla de un anclaje cuando las palabras se unen a la imagen es un complemento y delimitación de lo que se ve. El relevo, por el contrario, son las palabras que sustituyen a una imagen. En el caso de los carteles analizados se cuenta con una serie de oraciones que funcionan como anclaje pues se adhieren al mensaje pictográfico para que este sea más fácil de comprender.

La campaña *No es de hombres* está integrada por ocho carteles, sin embargo, no hay gran variación en los elementos. El mensaje escrito es el mismo y solo se transforma en cuanto al uso de una palabra, de ahí en fuera, la información escrita es exactamente la misma. Dentro de las características físicas de cada oración resalta que no contienen el mismo tamaño ni grosor, lo cual indica un orden de importancia que va de mayor a menor grado, o más importante en letras grandes y en un inicio, mientras que lo menos relevante en letras pequeñas y hasta el último. Los mensajes lingüísticos son los siguientes:

**“Este es el morbo con el que miran a tu
compañera todos los días.”**

**“La violencia sexual es un delito y te
puede llevar a la cárcel, respeta.”**

“Si eres víctima o testigo comunícate al: 911”



En todos los carteles se repiten las oraciones anteriormente enunciadas, la única palabra que se transforma es la que refleja al personaje sobre el que recae el acoso, **“compañera” “mamá” “hermana” “amiga” “novia” e “hija”**. Los sustantivos femeninos que se utilizan en cada oración denotan una relación cercana con el acosador. Las víctimas siempre son mujeres que se relacionan emocional, familiar o laboral.

Los roles a los que se encadena el género femenino dentro de la campaña mantienen una relación afectiva con quien acosa. Esa relación que se muestra entre la víctima y el victimario en los carteles se da entre personajes que se muestran como “entes” no sexualizadas para el acosador, forman parte de su núcleo familia y se anclan a concepciones tradicionales en las que la agresión sexual no es correcta; caen en conceptos como el de “madresposa” (Lagarde,2005) personajes que mantiene su “pureza sexual”.

Los roles que se usan dentro de esta oración: mamá, esposa e hija, son personajes a los que no se les ve como sexuales, mientras que en el uso de personajes como: amiga o jefa, se les unen a lazos emocional y de pertenencia. Para Ortner (2015), la mayoría de los personajes presentados en la oración son personas prohibidas sexualmente, la narrativa que adopta este mensaje es que el acosador podría estar actuando sobre un familiar. Los sustantivos femeninos que mantiene una relación de parentesco como: madre, hija, hermana son “entre otras cosas una importante distinción entre las mujeres que son “sexuales” desde el punto de vista personal de

cualquier individuo masculino y las que no lo son” (Ortner y Harriet, 2015, p.137) Se mantiene una fuerte relación con las mujeres que se relacionan con el atacante y que “por el hecho de pertenecerle”, merecen respeto, “ no son tacadas”, a la par, también se insinúa que aquellas que no mantienen vínculo emocional con el agresor no merecen dicho respeto.

Dentro de la campaña a las mujeres no se les respeta por el valor que ellas mismas poseen; hay una invitación a respetarlas, pero por los lazos emocionales que mantienen con otros varones; se les trata como un agregado a los varones a la relación de parentesco que mantienen con ellos . Parafraseando a Lagarde (2005), las mujeres viven para los otros, su valor no se centra en ellas sino en la manera en que se desarrollan para alguien más, por lo tanto, su valor socialmente se encuentra relacionada con las relaciones que mantienen con los varones, pues son ellos quienes si mantiene valor y representación social. Su integración a lo social necesita la aprobación masculina y va de la mano con ella, su relación con los hombres es un manto que las cubre para que puedan ingresar a la vida pública.

En la oración *Este es el morbo con el que miran a tu amiga todos los días*, no se alude a respetar a las usuarias del transporte público por el hecho de ser ciudadanas con los mismo derechos y responsabilidades, ni tampoco las reconoce como seres iguales a los varones, su representación no es equitativa a al de los varones, se mantienen subordinadas y sin un valor propio. Ellos comenten la acción, son seres activos, mientras que ellas son presentadas como quienes reciben la acción, son seres pasivos.

Los productos culturales, los signos y símbolos culturalmente disponibles se retroalimentan con los las relaciones sociales y crean discursos de lo que es la realidad, lo que esta bien y lo que está mal. En lo productos culturales las mujeres también ocupan un segundo estatus porque son reflejo de las relaciones de poder, se les muestra como seres que no son capaces de defenderse en espacios públicos. Dentro de la campaña se alude a la representación de los varones como aquellos seres que mantienen una relación de dominación sobre ellas, al mismo tiempo envía un mensaje que sugiere que ellos deben de protegerlas. La seguridad e integridad

de las mujeres no depende de ellas sino de la acción de los hombres, de que ellos decidan o no respetarlas, son hombres salvando y protegiendo a las mujeres de acciones que ellos mismos podrían cometer.

El estatus que ellas poseen sólo puede ser incrementado por medio de los varones, por “pertener” a otros hombres y mantener una relación con ellos. Las oraciones se comunican con el espectador y le dicen “No las acosas porque podrían ser parte de tu familia o de los seres que aprecias”. Ellas no entran solas a los espacios públicos, acuden representadas por los hombres quienes sí tienen cabida en el espacio público y “tienen el deber de protegerlas”.

El hecho de que la campaña vaya dirigido al público en general o solo a un sector en específico es algo que aún no se puede definir, sin embargo, la oración forma parte de un cartel donde quien acosa es un varón. Por lo cual, se puede comenzar a deducir que la campaña está diseñada para que su público sean los varones o, por lo menos, que en esta oración se le habla al sector masculino. Los sustantivos utilizados remarcan de manera directa que todas las víctimas de acoso son mujeres y que ocupa el rol de madre, hija, esposa, novia, amiga, etc. de otros varones y así como ellas son acosadas, las mujeres que forman parte del círculo social del acosador podrían pasar por lo mismo.

El texto *Este es el morbo con el que miran a tu mamá todos los días* invita al espectador a reflexionar sobre cómo el acoso que ocurre dentro del STCM puede recaer sobre sus familiares o personas queridas. Establece que no se debe de acosar a las mujeres porque cualquiera de ellas podría ser una familiar o personaje cercano al receptor y al convertirse en un familiar adquiere un valor diferente, se cambia de “las mujeres” a “mis mujeres”.

La segunda oración, de menor tamaño respecto a la primera: *La violencia sexual es un delito y te puede llevar a la cárcel, respeta*, nuevamente tiene como objetivo a aquellos que han realizado o piensan realizar un acto de acoso sexual. Dentro de esta oración se le habla a quien acosa, se le indica que no debe de realizar ninguna acción que sea considerada como violencia sexual. Le comunica al lector que la

violencia sexual (sin definir qué es violencia sexual o de qué maneras se expresa) se trata de un delito que puede llegar a pagarse con la cárcel. En un intento por evitar el acoso se continúa desconociendo el valor que la víctima tiene por sí misma y se alude a la sanción. No se habla de respeto o reconocimiento de las mujeres como iguales sino de un castigo legal, de una acción punitiva que no se acompaña de más medidas que de manera integral pretendan combatir el problema, como es la exigencia de la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* (2020).

A diferencia de la primera oración, en la segunda, no aparece el papel de las mujeres de manera explícita. Se puede encontrar de manera implícita al saber que la mayoría de las personas que son violentadas sexualmente dentro de los vagones o cualquier lugar son las mujeres, las cuales han sido hipersexualizadas en todos los ámbitos de su vida. Ellas aparecen como sujetos pasivos, estáticos que esperan, no son sujetos de acción que hagan algo para combatir el problema sin ser revictimizadas. En esta oración se refuerza la idea de que las mujeres son personajes indefensos, pasivos y que no cuentan con herramientas para defenderse, que necesitan de alguien más que las proteja; en específico, los mismos varones que las pueden violentar.

En la última oración, la cual contiene un menor tamaño de letra en comparación con las dos oraciones anteriores, es el receptor en el que se piensa y al que se le habla. La oración cita lo siguiente: *Si eres víctima o testigo comunícate al: 911*. El número que ofrece la imagen es el que se encuentra asignado en la República Mexicana para denunciar algún delito o pedir auxilio, no está orientado específicamente a cuestiones de acoso o agresiones sexuales en la CDMX o en el STCM. Debido a su tamaño esta oración es la que menos impacto visual tiene, lo cual también demuestra que las acciones de las mujeres para transformar una situación, así como la de los personajes que pueden apoyarlas, son las que menos atención reciben.

Con las tres oraciones en conjunto, el mensaje se dirige principalmente a quienes ocasionan el problema, a los varones que acosan, se centra en la acción de los hombres para mantener un orden social. Les indican que el acoso es una acción que no deben de cometer porque cualquiera de sus víctimas podría ser su madre o algún familiar, el mensaje interactúa con los victimarios y les indica que el acoso que ellos realizan sobre las usuarias del STCM, otra persona lo puede realizar sobre las mujeres que les son cercanas, dejan de ser no sexuales y se colocan en roles como el de “puta” y ellos se consideran deshonrados.

En menor grado el cartel toma en cuenta a las víctimas o a quienes presencian la acción. Para ellos, la campaña sugiere llamar por teléfono y denunciar el acto, la oración mantiene a las víctimas y testigos como seres estáticos, no les da un margen de acción más amplio que el de pedir auxilio. A las víctimas, las muestra como seres pasivos, se les resta todo poder de acción y cede la capacidad de erradicar el problema en manos de quienes acosan.

Si bien es cierto que el cartel fue diseñado para erradicar un problema de violencia de género -el acoso y las agresiones sexuales- la mayoría de sus elementos en la sustancia lingüística se mantienen con una perspectiva de dominación masculina, en donde quienes protegen a las mujeres son los varones y ellas son personajes pasivas que se encuentran expuestas al estar en el espacio público, si no desean ser atacadas deben de ir representadas por los varones a los que “les pertenecen”.

Lo connotativo en *No es de hombres*

En esta parte del análisis lo que procede es hacer la relación de los signos visuales que aparecen en el cartel y la relación que tienen con signos de la vida diaria. Roland Barthes (1986) señala que es conveniente realizar primero el análisis connotativo - la interpretación y encadenación de elementos con el contexto y los significados culturales y juicios de valor- para después hacer el análisis denotativo, que se encarga de describir los elementos de la campaña eliminando los juicios de valor.

Como ya se mencionó, los carteles empleados para la campaña no sufren grandes transformaciones, todos son presentados en escala de grises y con detalles en rosa, color que dentro de la cultura mexicana se asocia a las mujeres. Dicho color se utiliza para hacer una relación visual directa con un tema que involucra por completo a las ciudadanas que emplea el STCM también, es el color empleado para representar a la marca de la CDMX durante el gobierno de Miguel Ángel Mancera (2012-2018). Este color durante el sexenio de Mancera fue utilizado con la intención de presentar a la capital mexicana como “la ciudad de las mujeres”.

Los personajes que aparecen dentro de cada cartel son varones que tienen diversas edades, van de los 20 a los 40 años aproximadamente. Las vestimentas son diferentes y se pueden asociar a trabajos o contextos sociales diversos, aludiendo a que el acoso sexual que ocurre dentro de las instalaciones no es propio de un sector social en específico; lo realizan obreros, oficinistas, estudiantes, comerciantes o cualquier otra persona. El cartel señala a los hombres como los responsables de la violencia sexual que se vive en el STCM, no solo por la sustancia lingüística sino por la manera en que representa a los hombres.

El uso de la escala de grises en la imagen corresponde a una estrategia visual para centrar la vista del espectador en los modelos y los detalles que cada uno presenta. El contraste de letras blancas y rosas funciona para llamar la atención del receptor, hace que la imagen sea más fácil de comprender, pues, sin texto y pese al contexto en el que se encuentra, la ambigüedad de la imagen es amplia y el mensaje exacto del anuncio resulta difícil de captar. Las características físicas de todos los personajes varían y debido a la escala de grises signos como el color de piel desaparecen, sin embargo, hay elementos como el peso o los rasgos faciales que se mantienen y se remarcan más.

Uno de los rasgos que comparten todos los modelos son las muecas exageradas. Las fotografías al centrarse en su rostro resaltan la manera en que cada personaje muerde sus labios, enseña los dientes o la lengua. En cada uno se refleja una mueca que no solo es desagradable a la vista, sino que, con acciones como la lengua fuera de la boca, hacen parecer que se trata de un acto instintivo, natural,

como si el acoso que están cometiendo aludiera a “los instintos animales que poseen” y, por ende, a acciones que no se pueden controlar; da una explicación biológica del acoso que les quita de toda responsabilidad a los acosadores.

Por otra parte, también se cae en la trivialización del acto; es decir, las muecas se realizan con tanta exageración que corren el riesgo de perder importancia y dejan de comunicar una acción negativa. Los gestos de la cara son llevados al extremo y neutralizan la idea que se pretendía comunicar. Los gestos de la cara son desagradables para el receptor, sin embargo, se prestan para la burla y no para la reflexión, su trivialización hace que el discurso pierda fuerza.

Las mujeres viven dentro de un orden patriarcal que no les ha concedido libertad sexual y que les ha enseñado que deben de mantenerse a la disposición del “instituto sexual” de los varones o que son las responsables del acoso del que fueron víctimas, pues “provocaron a los varones”, por ello, muchas veces, el acoso del que son víctimas las usuarias no es denunciado, hay un discurso social que las revictimiza. Los parámetros de una sociedad hetero patriarcal marcan a las mujeres como las responsables de la violencia sexual que han sufrido y a los varones como los únicos con el poder de detener dicho problema.



En el cartel se puede apreciar a un hombre de aproximadamente 50 años. Su vestimenta es una camisa y un chaleco liso, sin adornos, sobria. Pese a que la ropa no ocupa gran espacio dentro de la imagen, se logra apreciar que está limpia y planchada, es decir, existe una persona que se hace cargo del trabajo reproductivo; por lo que se puede inferir que el personaje cuenta con un hogar. Por otro lado, en su rostro se ven arrugas y entradas en la zona capilar, signos de una persona adulta. La mirada la tiene inclinada hacia abajo, no la oculta, ve algo que no está a la altura de su cara, por el contexto en el que se encuentra situada la imagen puede estar observando los glúteos de alguna mujer. La pose en la que se encuentra la boca se puede referir a dos actos: él envió de un beso o la absorción de aire, ambas acciones son hostigamiento sexual.



Contrario al cartel anterior, la edad del modelo presentado en este no es la de un hombre mayor, más bien, se trata de un joven que oscila entre los 20 y 25 años. La mirada esta fija. El personaje ve lo que está frente a él y con la lengua de fuera hace una seña que suele realizarse cuando se antoja comer algo, sin embargo, por el contexto se puede inferir que no observa alimentos sino a una mujer. La mueca esta exagerada y es acompañada por un movimiento de la ceja derecha, la cual hace más obvio el gesto. La imagen no es agradable a la vista, no produce una sensación de comodidad, por el contrario, es incomoda y logra transmitir esa sensación. Al igual que el anuncio anterior, la apariencia del personaje es común. No se trata de una persona en situación de calle o bajo los influjos de estupefacientes. El modelo se encuentra peinado, limpio y la barba que posee está cortada, no hay descuido en su apariencia. Él tampoco se esconde o preocupa por ser observado.

Los saberes, códigos, necesarios para comprender el mensaje de manera superficial son comunes: las relaciones familiares o de afecto que se puede tener con las mujeres, los roles sociales que ellas ocupan “madre, esposa, hija, hermana, etc.” y la problemática de acoso que se viven dentro de las zonas comunitarias, pese a que el cartel hace alusión a que el “acoso” es un delito, no hay necesidad de conocer sobre leyes.

Las oraciones indican que los receptores son varones que han sido criados con la idea de que sus impulsos sexuales son naturales y que pueden acosar u hostigar sexualmente a las mujeres, creen que este acto es “normal”, lo justifican como una necesidad biológica. Aunado a ello, recurren al silencio de la víctima, ellos creen que pueden actuar sin sufrir algún tipo de represalia porque las víctimas estarán de acuerdo, no dirán nada porque “así son las cosas” o porque ellas saldrían perdiendo si se les ocurre oponerse o denunciar. A ellas se les revictimizaría y culparía de ser acosadas por acercarse demasiado, la ropa que llevaban puesta, por haber decidido viajar en un vagón que no es exclusivo, por ir solas, etc.

Ellos asumen que tienen algún tipo de poder sobre las víctimas y que no habrá represalias. Por ello el cartel menciona “La violencia sexual es un delito y te puede llevar a la cárcel, respeta.” les informa que lo que estaban haciendo está mal, el mensaje asume que ellos no lo saben, es decir, que sus acciones lo toman como

un comportamiento socialmente aprobado y sin represalias “así son las cosas”. La cara de los modelos no se oculta en los carteles, se imponen físicamente, no se agacha, por contrario, mantiene la mirada, muestra soberbia y orgullo, reafirman la idea de que poseen el poder para cometer dichas acciones.

No hay señales que indiquen que los modelos busquen ocultar su rostro, por el contrario, todas las fotografías son tomas de sus rostros, con énfasis en las muecas. La personalidad del agresor no se esconde, ni tampoco es disimulada. Esto se relaciona directamente con la normalidad de la violencia sexual que sufren las mujeres en espacios comunitarios, donde los agresores simplemente encuentran la oportunidad de y la toman, no es un acto esporádico, es la norma.

Las particularidades de los modelos, como su vestimenta, aseo personal y características físicas presentan al acosador como un personaje que no tiene el pensamiento nublado, se encuentra consciente de lo que hace e incluso es capaz de planificar y reflexionar sobre sus acciones. El acto de acosar o ejercer algún tipo de violencia -en este caso sexual- sobre las usuarias del metro dentro de los carteles lo realizan hombres que no están bajo los influjos de estupefacientes o drogas, se comunica que los acosadores actúan conscientes de lo que hacen, con cierta premeditación y en busca de un beneficio personal, sin importar que atenten contra la integridad de otras personas.

El acoso dentro de los carteles se muestra como un acto que resulta obvio. En la representación del agresor no se inmuta ni se siente avergonzado de su acto, es al revés, mantiene la visa en alto y al no disimular su actuar, se exhibe ante los demás en busca de aprobación y respaldo, busca la confidencialidad de los que le rodean, pero, también, se mantiene orgulloso. Para él es una manera de sustentar su masculinidad y quizá, mostrarse como “todo un hombre”. Hay un acto de superioridad y dominio sobre las mujeres víctimas.

Dentro de la personalidad construida para cada modelo, existe la intención de señalar al acosador del metro como “un personaje cualquiera”. Son los transeúntes comunes, personajes que pertenecen al género masculino, que están dentro de una edad productiva y se encuentran conscientes de lo que hacen, no son fácilmente detectables o con alguna característica en particular, todos son hombres y parece ser que eso es lo único que mantienen en común.

Las fotografías están en primer plano, centradas en el rostro de los modelos que representan a los acosadores del STCM y hacen énfasis en las muecas como elemento que los delata. Las miradas, gestos, sonidos, los “arrimones”, insinuaciones, muestras de partes íntimas, o grabaciones de las usuarias son parte del acoso dentro del transporte público. Se trata de hostigamiento y de violencia sexual que se ejerce de una manera común porque ha sido interiorizada y se ve como algo normal, aunada a ella, también se ejerce, de manera indirecta sobre las víctimas, violencia emocional, física y psicológica, todo esto ocurre como un fenómeno por el cual todas las mujeres deben de pasar y que no amerita alguna respuesta.



En el caso de esta imagen, el modelo se encuentra con los ojos cerrados y la boca medio abierta, la tiene en forma de “o”, aludiendo a que está aspirando aire, la mueca no es de dolor, por el contrario, refleja placer.

El hombre de la imagen mantiene un aspecto despreocupado, no se molesta por ser observado, cierra los ojos, sintiéndose en confianza y seguro de lo que está haciendo.



En este cartel la mano del modelo cobra importancia. El personaje la mantiene cerca de la boca, nuevamente la mueca es desagradable los ojos están medio abiertos, es obvio que mira a alguien. Su aspecto es el de un hombre limpio, no hay nada de anormal. La edad que podría tener es como de 40 años. La manera en que mantiene el dedo en los labios y la mirada, hacen creer que él está pensando algo. Aludiendo al contexto, es válido suponer que él está premeditando un acto de acoso u hostigamiento sexual.

La ropa en buenas condiciones sin importar que sea una camiseta o un traje, así como su aseo personal y que sean presentados sin rastros de padecer alguna enfermedad o adicción, indica que los personajes en cuestión se estaban trasladando de su casa al trabajo o a realizar una actividad en diversos círculos sociales, son personas productivas y capaces de comprender las normas de lo que es correcto y lo que no en una sociedad, son seres funcionales para la vida pública.



En esta imagen la expresión facial resulta sumamente incómoda para el receptor. Llama la atención la vestimenta del modelo, es un traje que hace referencia a un usuario que va camino al trabajo. La labor en la que se desempeña claramente tiene que ver con lugares cerrados, oficinas, juzgados, escuelas, etc. Sin embargo, sin importar donde se desarrolle, no hay un factor académico, económico o laboral que excluya a las personas, específicamente a los varones, de ser acosadores. Mientras que el hecho de ir camino a la oficina, indica que el acoso que pudo cometer fue una acción que realizaba mientras se veía en la necesidad de abordar el transporte para llegar a su destino. Es decir, no necesariamente se subió a dicho transporte para acosar, sólo vio una oportunidad y la tomó. Los dientes de fuera implican un ejercicio de fuerza física, la mueca se relaciona con exceso de energía o contención ante determinado fenómeno.



La vestimenta que ocupa el modelo de este otro cartel también llama la atención. Es una camiseta, nada formal, ropa que suele utilizarse para trabajos que necesitan de la fuerza física o que se realizan al aire libre. Bien podría ser un albañil, trabajar en un mercado o ir camino a la práctica de algún deporte, en ese punto no se puede profundizar porque no hay más datos que ayuden a comprender el rol del personaje. Pero el brillo de la cara se relaciona con el sudor y, por ende, con el uso de la fuerza física.

Comparando al modelo de este cartel con el de la imagen anterior, se muestra un contraste en la vestimenta de los personajes. La distinción de vestimenta comunica quienes acosan en el metro no corresponden a un sector social en específico, sino que se encuentran en todos los estratos sociales.

En una de las imágenes, al modelo se le agrega un dispositivo móvil que hace referencia al acto de grabar a las usuarias de dicho transporte. Este elemento se ve fuertemente reforzado con las oraciones que acompaña a la imagen, en especial con la segunda “La violencia sexual es un delito y te puede llevar a la cárcel, respeta.” No solamente porque el mensaje haga alusión a un acto de acoso sino porque con el uso del teléfono celular como cámara, hace referencia a los videos que son grabados sin el consentimiento de las usuarias y termina en páginas pornográficas, queda un registro digital de la violencia y la cosificación de las mujeres.

La ausencia de mujeres dentro del mensaje iconográfico también es un factor que llama la atención. La campaña está creada para combatir un problema que perjudica principalmente a las usuarias del transporte colectivo, sin embargo, ellas no aparecen dentro de la construcción simbólica del mensaje. Dentro de las imágenes, la capacidad de erradicar o no el acoso en el STCM no es insinuado, solo se muestra a varones ejerciendo violencia sexual.



Completando las imágenes con el texto, se deja en manos de los varones las capacidades de actuar y son ellos quienes representan o les dan valor a las mujeres, también son quienes las protegen o las acosan. Ellas entran al espacio público de manera indirecta y mantienen una relación emocional con los varones. A las mujeres se les excluye no sólo del ámbito público sino de la oportunidad de ser personajes activos y los carteles de la campaña lo reflejan. Las mujeres

son mostradas como seres pasivos que esperan ser defendidas, el cartel refuerza la estructura de la dominación masculina, alude al manto masculino protector.

Si las mujeres no son representadas en los carteles que combaten un problema del que ellas son protagonistas, retomando a Fraser (2006), entonces ¿cómo se espera que tengan incidencia en la vida pública tanto a nivel político como social si tan solo para transportarse de un lugar a otro enfrentan una serie de obstáculos que atraviesan su cuerpo y donde las respuestas que se ofrecen aluden a la protección varonil? No hay una narrativa que las ubiquen en el espacio público y las incite a convertirse en personajes de acción y en aumentar su autonomía ante los problemas diarios.

Si, son necesarios los mensajes que pretenden modificar el comportamiento de los varones que agreden dentro del transporte público, pero la creación de narrativas que den poder a las mujeres también es de suma importancia. Con la creación de nuevas historias que parten de lo público a lo privado, se podría crear un nuevo orden social que permita un mayor desarrollo de las mujeres en todos los ámbitos.

La redistribución, elemento necesario para crear igualdad entre sexos (Fraser, 2006), se encuentra presente en la división de vagones, sin embargo, esta acción debe de considerarse como algo temporal, que será erradicado cuando las condiciones entre ambos sexos sean más equitativas. Para ello se necesita de una

correcta representación, elemento que no se cumple en los carteles de la campaña *No es de hombres*.

En *No es de hombres*, pese a que las usuarias también son actores de un problema que les afecta directamente, ellas son borradas del cartel. Solo se les representa de manera textual con roles sociales que generan un vínculo emocional o familiar con quien ha cometido el acoso más no se les da la capacidad de actuar o ser valoradas como seres humanos. Las víctimas quedan en un segundo estatus, su capacidad para responder ante un problema es anulada y en los carteles se les defiende a partir de las relaciones parentales que tienen con otros varones. No son representadas correctamente, pues, en vez de aludir al respeto, la igualdad y la sana convivencia, se alude a las relaciones que tienen con otros varones. A las mujeres aún no se les deja entrar al mundo público por sí solas; aún existe una resistencia física, arquitectónica y cultural que las limita.

Lo denotativo en *No es de hombres*

En esta parte del análisis lo que se realiza es la descripción del cartel sin necesidad de recurrir a otros elementos externos al cartel, pretendiendo enunciar los componentes de los anuncios de la manera más objetiva posible, también se describen los seis puntos que Roland Barthes (1986) marca como elementos del mensaje fotográfico.

Todos los carteles contienen un fondo negro que contrasta con un modelo masculino en primer plano, los colores empleados van en una escala de grises, aunado a ello, el color rosa mexicano aparece alrededor de algunas partes de las oraciones sin embargo predominan los tonos oscuros. Cada personaje mantiene una vestimenta y edad diferente de la cual solo se puede ver la parte superior, a fotografía no presenta a los personajes de cuerpo completo, se centra en su rostro.

- 1) Trucaje: se emplea dentro de las muecas que cada personaje realiza. Los gestos son exagerados, pero mantienen la ilusión de verdad, característica

de las fotografías. Los carteles no se alejan de lo que está representando, sin embargo, sí remarca cada acción.

- 2) Pose: todos los personajes miran hacia enfrente, mantienen una posición recta y relajada. No se encorvan y en su mayoría tiene los brazos hacia abajo menos uno, que mantiene un celular en la mano.
- 3) Objetos: en la mayoría de los carteles, a excepción de uno, no hay objetos. Toda la atención se centra en el modelo y en las oraciones utilizadas.
- 4) Fotogenia: la iluminación ayuda a que el rostro del modelo sea visible. La imagen llama la atención de los receptores porque no está saturada, tiene elementos clave y puede llegar a transmitir emociones o sensaciones.
- 5) Esteticismo: la composición de la imagen es adecuada, comunica un mensaje, pero no aporta nada nuevo a la industria del arte.
- 6) Sintaxis: los carteles carecen de sintaxis, cada elemento es independiente y se entiende sin la necesidad del otro.

Donde se desarrolló *No es de hombres*, análisis contextual

En el siguiente apartado se presenta el contexto en que se desarrolló la campaña *No es de hombres*, presentada el 21 de marzo de 2017 en la CDMX. Las cifras de violencia en comunidad, el acoso y otros tipos de violencia en el transporte público son necesarias de exponer, pues reflejan la situación bajo la que las mujeres de la capital mexicana tienen que transportarse y la necesidad de campañas que ataquen dicho problema para preservar la seguridad de las mujeres.

La presentación de datos inicia en el 2006, año en el que se incorpora la violencia comunitaria a la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) y concluye en el 2017, fecha más cercana al lanzamiento de la campaña. Acompañando a la exposición de datos se presenta una serie de leyes que protegen a las ciudadanas mexicanas de todo tipo de violencia, parte de esta información se presentó dentro de la introducción, sin embargo, es necesario retomarla para colocar el mensaje de la campaña en su contexto.

La perspectiva de género en la construcción de políticas públicas se incorporó de manera oficial desde el 2008 en la CDMX. Su incorporación es el resultado del *Memorandum de entendimiento entre el gobierno del Distrito Federal y la entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, ONU Mujeres*, con este acto, la CDMX se comprometía a integrar la perspectiva de género en sus políticas públicas y a asegurar la integridad de sus ciudadanas. Esto implica no solo tomar en cuenta que las mujeres viven de una manera diferente ciertos aspectos de la vida cotidiana sino que es necesario crear una serie de acciones que les generen igualdad de condiciones y oportunidades ante los hombres.

Previo al acuerdo firmado entre la CDMX y ONU Mujeres, ya existía una base de datos que partían de la perspectiva de género para analizar las relaciones entre hombres y mujeres, la ENDIREH. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI) a través de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH)⁵, en el 2003 se encargó de recolectar información sobre las dinámicas familiares. En su análisis el género y los roles sociales son variables importantes, la encuesta se centró en las relaciones emocionales, del hogar y maritales, pero en el 2006 se integró información sobre el ámbito comunitario y las relaciones que se gestan ahí y en el 2017 se creó el Sistema Integrado de Estadísticas Sobre la Violencia Contra las Mujeres (SIESVIM).

El cambio que se hace en el 2006 dentro del ENDIREH es significativo porque indica la existencia de violencia de género dentro y fuera de la esfera privada, las mujeres no solo sufren violencia por sus condición de mujeres dentro del hogar o por parte de sus parejas, sino también en espacios como su trabajo, escuela lugares recreativos o medios de transporte, por lo cual, la vida de las mujeres e encuentra

⁵ La primera presentación de datos ENDIREH se dio en el 2003, pero solo investigaba sobre la violencia en pareja, con mujeres en matrimonio o unidas. Es hasta el 2006 que se empieza a registrar los diversos tipos de violencia hacia las mujeres en diferentes ámbitos, un año después (2007) entró en vigor la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de violencia*. En el

llena de experiencias y sistemas de violencia que limitan su desarrollo e igualdad oportunidades. Los límites no son físicos o sexuales sino culturales.

Mientras que el SIESVIM es un esfuerzo institucional que tiene como objetivo crear una base de datos que permita mantener un registro total de los diversos tipos de violencia que pueden sufrir las mujeres de la República mexicana. En él se pretende archivar todos los datos estadísticos que se han creado sobre la condición de las mujeres, así como las leyes y documentos que permiten analizar las diferencias sociales.

En el levantamiento de información de la ENDIREH de 2006 se recaudaron datos sobre mujeres de 15 años y más sin importar su estado civil, lo que se investigó fue la manera en que se desarrollaban en lugares abiertos como la escuela, calle, trabajo, etc. Cuatro fueron los tipos de violencia que se tomaron en cuenta: emocional, económica, física y sexual. También se agregó un apartado para registrar a las que se han sentido discriminadas. Esta es la primera encuesta que proporciona un acercamiento a la relación en espacios abiertos entre hombres y mujeres y sus resultados muestran que el hogar no es el único lugar de confrontación donde los roles juegan un papel importante. Los resultados fueron los siguientes:

En el ámbito privado, es decir el hogar, el tipo de violencia que se presentó con más frecuencia sobre las mujeres fue el emocional con un 41%, seguido del económico con un 23%. En cuanto a espacios comunitarios, una vez más, la violencia emocional fue la que presentó mayor incidencia con un 36%, seguida de la violencia sexual con un 16%, (ENDIREH, 2006). En espacios comunitarios la violencia económica no tiene la misma fuerza, sin embargo, las mujeres continúan siendo violentadas emocional y sexualmente.

Violencia contra las mujeres

Ámbito \ Tipo	Tipo				
	Emocional	Económica	Física	Sexual	Discriminación
Hogar	41.4	22.4	19.6	8.4	-
De pareja	37.5	23.4	19.2	9.0	-
Familiar	15.4	1.0	2.9	-	-
Patrimonial	-	5.8	-	-	-
Comunitario (en espacios públicos)	36.6	-	-	16.6	-
Escolar	12.3	-	6.7	2.1	-
Laboral	11.9	-	1.3	1.0	23.7
Total	60.6	25.8	23.5	23.0	6.8

(ENDIREH, 2006)

Como se mencionó en la introducción, la violencia comunitaria se puede entender como todo aquel acto que denigra, daña o pone en riesgo la integridad de las mujeres en espacios públicos como lo son el trabajo, la calle, los parques, cines, zonas recreativas, transporte público, etc. Dentro de este tipo de violencia no necesariamente existe un lazo emocional o de autoridad como ocurre en la violencia intrafamiliar. De tal forma que la violencia comunitaria se puede dar entre conocidos y desconocidos y puede provenir de una o varias personas a la vez, pero siempre en espacios públicos, zona donde existe una convivencia entre diversas personas. La *Ley General De Acceso De Las Mujeres A Una Vida Libre De Violencia, (2007)* la define de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16.- Violencia en la Comunidad: Son los actos individuales o colectivos que transgreden derechos fundamentales de las mujeres y propician su denigración, discriminación, marginación o exclusión en el ámbito público.

En el 2011, durante su segundo levantamiento, la ENDIREH registró que la media nacional de violencia comunitaria se encontraba en el 30.5 %, es decir, de cada 100

mexicana entrevistadas a nivel nacional 30 afirmaban haber sufrido algún tipo de violencia en espacios abiertos, mientras que el 69.5% no se identificaba como víctima de alguna vejación en zonas comunes, esto no las libraba de no haber sufrido algún tipo de violencia, simplemente indica que la violencia no fue identificada. En la capital nacional los datos se transformaron poco, el **48.9%** de la población femenina registró haber sufrido algún tipo de violencia comunitaria a lo largo de su vida, casi la mitad de la población femenina de la CDMX se identificó con esta situación. Con estos datos en el 2011 la ahora CDMX, antes Distrito Federal, obtenía el primer lugar en violencia comunitaria ejercida sobre las mujeres a nivel nacional. (ENDIREH, 2011).



(Gráficas creadas con los datos de ENDIREH, 2011)

En su tercer levantamiento, en el 2016, las cifras se modificaron y el **66.1%** de las mujeres encuestadas reconoció haber enfrentado al menos un incidente de violencia por parte de cualquier agresor alguna vez en su vida. El **43.9%** de las mujeres sufrieron violencia por parte de su actual o antigua pareja sentimental en espacios públicos o comunitarios y **34.3%** de las mujeres experimentaron violencia sexual en cualquiera de sus manifestaciones.

De los 46.5 millones de mujeres de 15 años y más que residen en el país, se estima que 30.7 millones de ellas (66.1%) han padecido al menos un incidente de violencia emocional, económica, física, sexual o discriminación en los

espacios escolar, laboral, comunitario, familiar o en su relación de pareja.
(ENDIREH, 2016)



(Gráfica creada con datos de ENDIREH, 2016)

La Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia promulgada el 1° de febrero de 2007, en su artículo 6° especifica los diversos tipos de violencia que sufren las mujeres: psicológica, física, patrimonial, económica y sexual. Así como “Cualesquiera otras formas análogas que lesionen o sean susceptibles de dañar la dignidad, integridad o libertad de las mujeres.” (*Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*, 2007)

El INEGI también clasificó cinco ámbitos donde la violencia psicológica, física, económica, patrimonial y sexual se puede desarrollar: escolar, laboral, comunitario, familiar y en pareja. Esta base de datos se creó encuestando a mujeres de 15 años en adelante y alrededor de toda la república mexicana. La división en ámbitos permite observar si la violencia que sufren las mujeres parte de un solo lugar o persona o si son diversos los lugares, personas y tipos de violencia que una mujer puede sufrir.

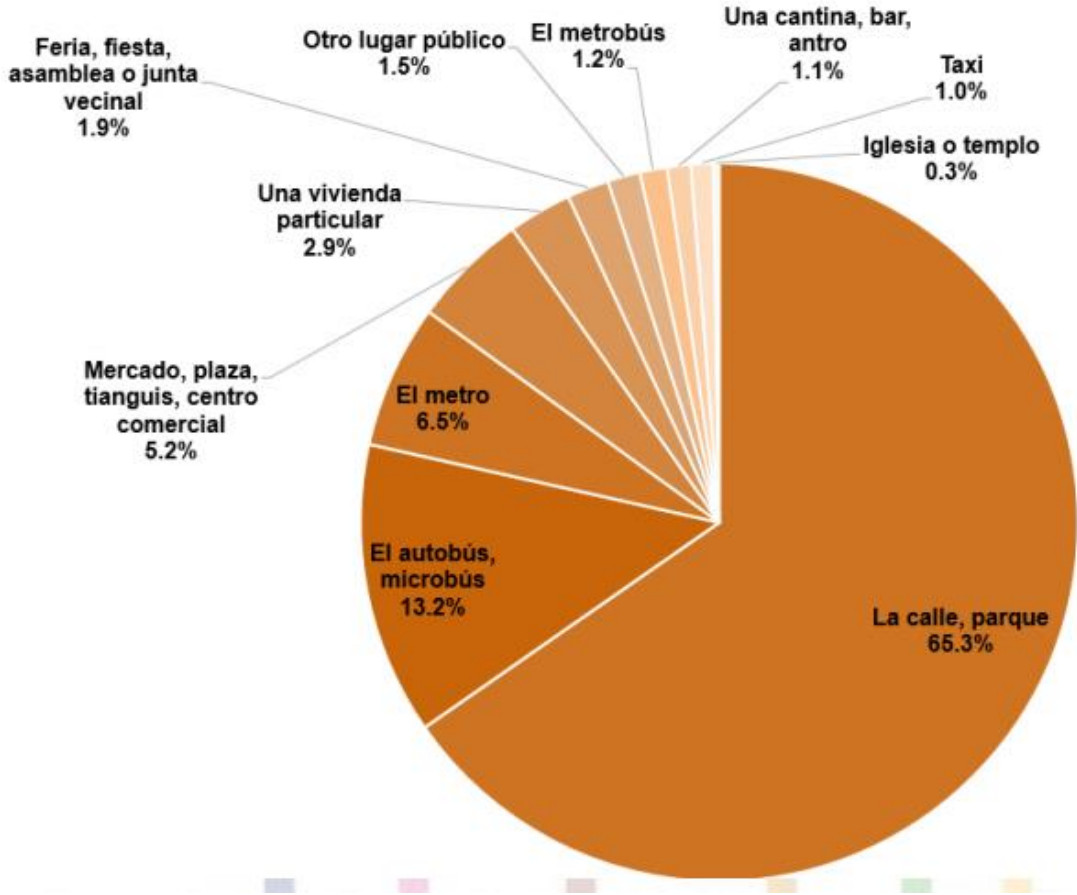
A través del Sistema Integrado de Estadísticas Sobre la Violencia Contra las Mujeres (SIESVIM), se informó que en el 2016 dentro de la Ciudad de México el **61.1 %** de las encuestadas declararon haber sufrido algún tipo de violencia en el ámbito comunitario, es decir, más de la mitad de las capitalinas contestaron que si habían sido víctimas de algún tipo de violencia en espacios abiertos como lo son la escuela, el trabajo o el transporte.

La cantidad de mujeres que se sintieron identificadas con dicha problemática aumentó en un 12.2% en comparación con los resultados obtenidos en el 2011 (48.9%). Por ello, por segunda vez y de manera consecutiva, la capital mexicana ocupó el primer lugar en violencia comunitaria a nivel nacional. Atrás de ella se encontró el Estado de México con un 50.2% y Jalisco con un 48. 2%. (SIESVIM, 2016). Es preciso recordar que el Estado de México y la Ciudad de México mantienen una relación territorial y de población, pues gran parte de la población del Estado de México trabaja, estudia o se desarrolla en la CDMX. De igual manera, los medios y rutas de transporte son compartidas. De esta manera, las encuestas muestran un ámbito sumamente agresivo para las mujeres.

La violencia comunitaria contra las mujeres, como lo demuestran las gráficas, ha sido cada día más identificada por sus víctimas, el incremento en las cifras no necesariamente se trata de un aumento en el acoso o agresiones sexuales, también podría responder a la capacidad que las ciudadanas han adquirido para identificar que son agredidas. Esto hablaría del surgimiento de nuevas narrativas que van contra la visión masculina pese a que esta aun predomina.

La incursión de las mujeres en los espacios públicos ha sido paulatina, no solo se trata de llevarlas al campo laboral, político, económico y cultural de una nación, sino, también de que su introducción esté acompañada de las condiciones necesarias para que puedan desarrollarse. La entrada de las mujeres ha repercutido en oficinas, universidades, centros políticos, de trabajo, culturales, científicos, etc. sin embargo, poco a poco se han tenido que adaptar a un mundo que fue construido, en su mayoría, sin pensar en ellas y en sus necesidades.

Para las habitantes de la república mexicana integrarse a las actividades sociales ha asumido ciertos riesgos sobre ellas y su cuerpo. El acoso sexual es uno de los aparentes precios que las mujeres han tenido que sufrir al introducirse al mundo público, pero, también, en el transporte público. ENDIREH (2016) creó una base de datos en la que se muestra los espacios donde se desarrolla la violencia comunitaria.



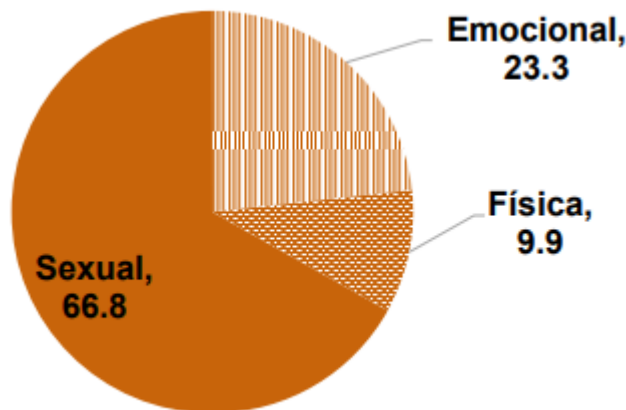
(ENDIREH, 2016)

En zonas como la calle o el parque, un 63% de las mujeres encuestadas afirmaron haber sufrido algún tipo de violencia como puede ser física, sexual o emocional, la segunda zona donde ellas han sido víctimas es en autobuses y micros con un

13.2%, el metro ocupa el tercer lugar con un 6.5% del total de mujeres encuestadas, seguidos de él están los mercados, plazas, tianguis y centros comerciales con un 5.2%, en menor grado se encuentran las viviendas particulares (2.9%), la ferias o fiestas (1.9), etc.

Las cifras muestran que más de la mitad de la población femenina que habita o transita por la CDMX ha sufrido algún tipo de violencia en zonas comunitarias como lo son el trabajo, la escuela, el parque, la calle o el transporte público. Dejando sentado que la violencia de género no es un hecho exclusivo del ámbito privado, pues también se manifiesta en zonas compartidas y donde las relaciones entre individuos no necesariamente son emocionales.

Siendo la violencia sexual la más presente en espacios comunitarios:



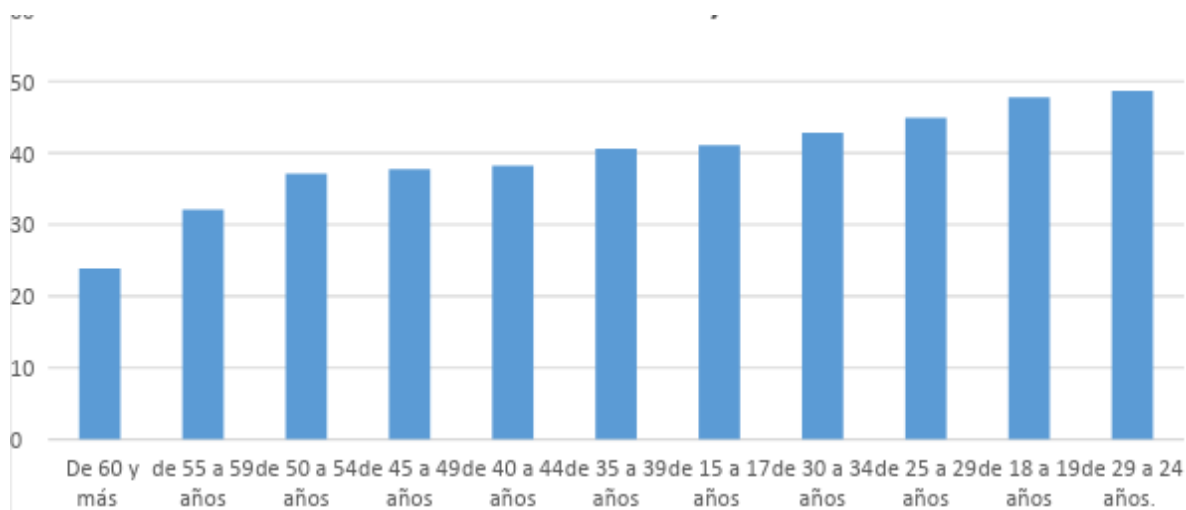
(ENDIREH, 2016)

De la misma manera, dentro de cada ámbito de violencia, existen mujeres que son más vulnerables que otras ya sea por su edad, posición socioeconómica, nivel de escolaridad, estado civil, lugar de residencia, etc. Por ejemplo, las mujeres jóvenes son más propensas a sufrir violencia sexual que las pertenecientes a la tercera edad, pero esto no las libra de no sufrir violencia, puesto que, por su edad, las mujeres mayores, pueden ser víctimas de violencia emocional o patrimonial. La capacidad de respuesta, así como el tipo de violencia a la que se enfrenten,

depende de diversas circunstancias, de la interseccionalidad; características físicas y condiciones de vida.

En la gráfica que se mostró dentro de la introducción y que a continuación se retoma, es posible apreciar que -sin importar la edad- las mujeres a lo largo de su vida sufren diversos tipos de violencia en zonas comunitarias. Siendo el foco rojo las mujeres entre 18 y 24 años que, por sus características físicas, quizá por ser consideradas más atractivas, son más propensas a sufrir violencia física o sexual dentro de zonas compartidas, pero no hay etapa de la vida de las mujeres donde no sean violentadas.

Prevalencia de violencia en el ámbito comunitario, entre mujeres de 15 años y más. 2016



(Gráfica realizada con los datos de SIESVIM, 2016)

En el 2017, a nivel CDMX se creó el *Diagnóstico sobre la violencia contra las mujeres y las niñas en el transporte público de la Ciudad de México* (2017), se entrevistó a las usuarias del transporte público y se encontró que **96.6%** de las entrevistadas manifestaron haber sufrido alguna expresión de violencia sexual durante su trayecto en el transporte público en un transcurso de tres meses previos

a la entrevista. La creación de campañas que erradicaran la violencia sexual se encontraba justificada.

Los datos reflejan que las mujeres que usan el transporte público, en su mayoría, viven la violencia sexual como algo completamente cotidiano, por el que tiene que pasar o al menos al que se encuentran expuestas. La violencia sexual, que atenta de manera directa sobre su cuerpo, forma parte del recorrido que realizan diariamente para cumplir con sus actividades. Según cifras oficiales de gobierno, el 91.0% de las usuarias del transporte público, declararon sentirse inseguras durante su traslado (SIESVIM, 2017) es decir, hay un costo social que atraviesa su cuerpo y su autoestima al momento de utiliza el transporte colectivo.

Según cifras oficiales de gobierno, el 91.0% de las usuarias del transporte público, declararon sentirse inseguras durante su traslado (SIESVIM, 2017) viajan preocupadas o alerta de que algo les pase. La violencia que sufren las mujeres en el transporte colectivo es un hecho innegable que se manifiesta de diferentes maneras, pero la que más predomina es la violencia sexual, tema que se relaciona directamente con el objeto de estudio presentado en esta tesis.

La CDMX de 2008 a 2016, entrevistó a 2 mil acosadores o agresores sexuales que fueron detenidos en el STC,M y los resultados son los siguientes: el 90% de las personas que acosaron lo hicieron de manera consciente, sabían lo que estaban haciendo, era un acto premeditado, no estaban bajo el consumo de alguna droga - alcohol, inhalantes, estupefacientes, etc.- (Plumas atómicas, 2017).

De la muestra, el 4% eran mujeres y el 96% eran hombres, por lo tanto, se puede afirmar que los varones son los principales acosadores y que las mujeres son las más violentadas. De los atacantes, 1 de cada 3 mantenía una relación y cohabitaba con su pareja, sólo el 4% tenía antecedentes penales y el 93.5 % tenía trabajo. Mientras el 43% de los agresores tenían una edad que oscilaba entre los 26 y 40 años, los acosadores son personajes jóvenes (Plumas atómicas, 2017).

El acosador promedio del STCM es un varón que goza de salud y está en sus cinco sentidos y es consciente de lo que hace al momento de cometer acoso, hostigamiento, incomodidad, agresiones sexuales, etc. No se encuentra drogado, mantiene un trabajo que le proporcione estabilidad económica, no tiene antecedentes penales y no vive en la calle. Aunado a ello, no existe un patrón de acoso, solamente ve una oportunidad y la toma. Estos elementos se ven reflejados en los carteles de la campaña *No es de hombres*, que no establece patrones.

Las razones para acosar pueden ir desde ver el acoso como algo normal, que no afecta a nadie o que, incluso, “es deseado” por las usuarias del metro “provocan con su vestimenta”, como un hecho que no tiene consecuencias o en el que ellos no se pudieron controlar porque “es parte de su naturaleza” desde luego, este razonamiento parte de la lógica patriarcal, de un discurso biologicista, machista y patriarcal. Las agresiones de carácter sexual dentro del STCM son cometidos por personajes que conocen el acto que realizan, sin embargo, consideran que no hay una consecuencia, ya que la mayoría de las mujeres, por una u otra razón, no denuncian el hecho.

En trabajos o ambientes escolares, la jerarquía entre la víctima y el victimario se puede hacer presente y es un factor relevante para las situaciones de acoso, pero cuando se habla de espacios abiertos esta jerarquía desaparece, debido a las condiciones del transporte público puede afirmarse que los victimarios son individuos completamente desconocidos para la víctima, que no ejercen poder sobre ellas por ser jefes, profesores o alguien con un cargo superior, solo queda el argumento de la superioridad varonil sobre lo femenino.

Sin embargo, el acto ocurre porque el acoso se da como un hecho normalizado y en el que las víctimas se sienten inseguras, incluso que cuesta trabajo detectar, saber si realmente se trata de un acto consciente o si simplemente se da debido a las condiciones de sobrepoblación del transporte público, ello sin contar la reacción emocional de las víctimas, el miedo al enfrentarse a una situación de acoso.

La redistribución de puestos de poder, las cuotas de género, otorgar espacios -como las zonas exclusivas para mujeres en el transporte público- o implementar leyes - *Ley General de Acceso a una Vida Libre De Violencia de la CDMX*- que protejan a las mujeres como única solución para eliminar la dominación masculina no es algo efectivo si no se está trabajando dentro de la esfera del reconocimiento, si no se crean nuevas narrativas que ayuden a las mujeres a identificar situaciones de riesgo y actuar contra ellas. Las normas legales pueden estar presentes, pero esto no garantiza que sean cumplidas de la manera correcta o que siquiera sean tomadas en cuenta por los funcionarios públicos o la sociedad en general.

Cada cultura tiene una organización social, incluyendo las instituciones y lenguaje, diferente y arbitraria, pero, como lo explican Bourdieu (2000) y Sherry Ortner (1972-2015), en todas las sociedades existe una dominación masculina que establece cierto orden de jerarquía entre los sexos y que se refleja en su lenguaje. Por lo cual es de suma importancia estudiar el lenguaje, pero también usarlo como herramienta de transformación. La razón por la que cuesta ver la dominación masculina como algo no natural es porque forma parte de los discursos hegemónicos que le dan sentido al orden social y se enmascara como una postura neutral.

Conclusiones finales

En la presente tesis se realizó un análisis de la campaña *No es de hombres*, empleada en el Sistema de Transporte Colectivo, Metro (STCM) de la Ciudad de México en el 2017 y que tuvo como misión combatir el acoso sexual que sufren las usuarias de dicho transporte. La campaña fue realizada por J. Walter Thompson y presentada por tres instituciones: *El Instituto Nacional de las Mujeres de las CDMX*, *la Comisión Española* y *ONU Mujeres*. Dicha campaña fue exhibida en todas las líneas del STCM desde el 21 de marzo de 2017 hasta el 8 de agosto del mismo año, fecha en la que inició la campaña *Acoso No*, de Larousse, empresa privada.

No es de hombres está construida por diversos carteles en los que se muestra a varios hombres con muecas, gestos y la siguiente frase: *Este es el morbo con el que miran a tu mamá todos los días* (Al momento, 2017) La palabra “mamá” también es sustituida por “hermana, amiga, novia, jefa, etc.” Analizar este tipo de mensajes es importante porque son la visión del problema que tiene más contacto con la ciudadanía y reflejan la manera en que las instituciones públicas están comprendiendo y actuando frente al acoso, el hostigamiento y la violencia sexual en espacios comunitarios como lo son el transporte, las escuelas o centros de trabajo.

El análisis de los carteles se realizó haciendo uso del Análisis Crítico de Discurso (ACD), el cual se integra por un análisis contextual y un análisis fino del mensaje, este último se realizó con la propuesta metódica de Roland Barthes (1986- 1999) y bajo la perspectiva de género y la teoría feminista. La intención radicó en arrojar nuevos resultados, en mostrar una nueva lectura de la campaña. Realizar este tipo de investigaciones, con perspectiva de género, rompe con el pensamiento androcéntrico, donde el conocimiento se crea desde una perspectiva patriarcal y dicotómica que perpetua los roles tradicionales.

Cabe aclarar que las respuestas dadas en el presente trabajo no son absolutas o incuestionables, se está consciente de que el conocimiento se va transformando a lo largo del tiempo y que es de suma relevancia la vida de quien investiga. La investigadora se encuentra en un punto de vista específico, en una personalidad propia que se creó a partir del entrecruzamiento de diversas variables como su edad, posición socioeconómica, zona residencial, experiencias, salud, preparación academia etc. y, por lo tanto, el conocimiento o la lectura del problema que ofrece no es universal ni absoluta, sino otro punto de vista del problema.

El género es uno de los conceptos clave para entender el trabajo realizado y la perspectiva desde donde se partió, en la presente tesis se entiende de la siguiente manera: son aquellos elementos sociales; comportamientos, signos, símbolos, interpretaciones, roles o jerarquías; que se transforman a partir de si se habla de un hombre o de una mujer. Se asume que el género es un fenómeno que se transforma con el devenir del tiempo y que se encuentra presente en todas las formas de

relación social. También, se acepta que esta incrustado en las relaciones de poder y atraviesa los signos y símbolos de una sociedad, es parte de la construcción del lenguaje y está presente en cualquier producto comunicativo.

Es decir, todo lo que se encuentra presente en la realidad social parte de una división dicotómica que encuentra su división en lo femenino y lo masculino, sin embargo, esta división no es natural, es una construcción social que a lo largo del tiempo ha conformado una lógica patriarcal, donde todos los sistemas (económicos, políticos, sociales, culturales) favorecen los varones. Al estar presente en todos los sistemas sociales y posicionarse como la dominante, no es cuestionada, sino que, la lógica patriarcal, y por ende la dominación de las mujeres, se muestra como un hecho natural e incluso, neutro.

Por ello, el uso de la perspectiva de género y categorías analíticas como género e interseccionalidad, proporcionan respuestas diferentes a las encontradas en un inicio y permiten reconocer las relaciones de poder que se encuentran entre los géneros. De la misma manera, develar la manera en que las mujeres entran al espacio público y donde radica socialmente hablando –y bajo la lógica patriarcal- su valor, ayuda a comprender que roles sociales se continúan reproduciendo.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) junto con la epistemología del punto de vista, además de acoplarse perfectamente, son útiles debido a que el objeto de estudio es un discurso que circula entre sociedad y refleja el actual orden social, porque de manera indirecta comunica cómo es que las instituciones gubernamentales están entendiendo el problema del acoso callejero y cuáles, desde su perspectiva, son las posibles soluciones.

Pregunta general:

¿Qué se comunica con la campaña *No es de hombres*, implementada por el Instituto de las mujeres de la CDMX y ONU Mujeres para erradicar el acoso dentro del Sistema de Transporte Colectivo, Metro?

Preguntas específicas:

¿Qué elementos dentro de la campaña *No es de hombres*, denotan o niegan el uso de perspectiva de género? ¿De qué manera influye el género dentro de la representación que se hace en los carteles de la campaña *No es de hombres* para combatir la violencia sexual? ¿El papel que ocupan las mujeres dentro de *No es de hombres* ayuda a su correcta representación dentro del ámbito público?

La campaña *No es de hombres*, se centra en erradicar la violencia sexual que se ejerce sobre las usuarias del STCM. Para comunicar esta idea, hace uso de una serie de estereotipos que marcan a los hombres como acosadores “natos” y a las mujeres como seres “indefensos”. Sí, hay un intento por erradicar la violencia de género que se sufre dentro del Sistema de Transporte Colectivo, sin embargo, este se realiza desde una lógica patriarcal que pretende dejar la protección de las mujeres en manos de quien las agrede. Aunado a ello, alude a la idea de un manto protector masculino que recae sobre de ellas, las mujeres adquieren poder en el espacio público siempre y cuando vayan representadas por los varones.

No es de hombres lanza tres mensajes -lingüístico, connotativo y denotativo - que en conjunto excluyen a las mujeres como destinatarias, las muestra como seres pasivos y coloca a los hombres en el centro del ejercicio del poder; repite la construcción social en la que el varón es responsable absoluto de la integridad de las mujeres y en caso de no ser así, el Estado, como figura masculina, está dispuesto a protegerlas. El sector masculinizado es el que debe encargarse de la protección y entrada de las mujeres al mundo público, ellas no entran solas o por su propio valor como personas.

Esta campaña, pese a representar a dos instituciones que trabajan con cuestiones de género, *ONU Mujeres* y *el Instituto de las Mujeres de la CDMX*, no empleó la perspectiva de género en sus carteles, mantuvo una lógica patriarcal. Atendió el problema de acoso sexual en el transporte público y señaló a los culpables, sin embargo, cometió omisiones:

No es de hombres recurrió al uso de los roles sociales tradicionales de las mujeres (madre, esposa, hija) y a las relaciones emocionales que mantienen con otras

personas, específicamente con los varones, para proteger a las usuarias del transporte público de posibles actos de acoso. Dejó de manera absoluta y completa la seguridad de las mujeres dentro del mismo grupo que las violenta.

Las mujeres en la campaña, de manera indirecta, fueron mostradas como pertenecientes a los varones y no se aludió al valor que tienen por el simple hecho de ser humanas ni al respeto que merecen. El ámbito público aún mantiene resistencia ante la introducción de las mujeres a la vida pública y les dificulta actividades tan básicas como lo es su traslado.

Los obstáculos recaen en su cuerpo, en la manera en que otros se apropian de su sexualidad les impide viajar libremente, desarrollarse sin miedo, tener la mente libre para concentrarse en cualquier otra cosa. Este tipo de hechos ocupan espacio en su actuar, previo a salir, las mujeres son conscientes de que pueden ser acosadas “¿cómo ibas vestida?” “¿qué hacías ahí a esa hora?” “¿Por qué estabas sola?” etc. son discursos que reflejan este hecho, que se crean desde la lógica patriarcal y revictimizan a las mujeres.

Dentro de la construcción del mensaje no hay una representación iconográfica de las mujeres, pese a que ellas son las principales afectadas de acoso y la violencia sexual que ocurre dentro del metro, son omitidas como principal receptor y solo se les menciona como quienes reciben el ultraje. La campaña también carece de un mensaje que aliente el actuar de las mujeres de manera directa, siempre son pasivas y no se muestra que mantienen un estado de vulnerabilidad adquirida por el contexto. relaciona a las mujeres con la pasividad perpetua.

No es de hombres, parte de una perspectiva punitiva patriarcal. No se encarga de hablar del valor de las mujeres como seres humanos, ni de darles herramientas para actuar. Lo que hace es hablar con quién genera el problema, pero para informarle que, de cometer acoso o violencia sexual, será castigado por la ley, no hay una invitación a la reflexión del acto desde la perspectiva de género. La campaña no es integral en el sentido de educar, va directo al castigo.

Socialmente no existe un correcto reconocimiento de las mujeres, entran al mundo público -en esta ocasión mediante una serie de carteles que atacan el acoso en STCM- de la mano de los varones. Ellas no tienen los medios simbólicamente necesarios para ejercer poder y como consecuencia, no hay un correcto reconocimiento social de ellas. La campaña está inmersa en una lógica patriarcal que da respuestas patriarcales, “las acosadas podrían terminar siendo tus familiares o personas cercanas” Se intenta dar solución a un problema desde la visión de quien domina, no se rompe la narrativa actual.

Para el *Instituto Nacional de las Mujeres, ONU Mujeres y Comisión Española*, el problema del acoso en el STCM es una acción recurrente en que la que los acosadores actúan sin discreción; los gestos exagerados muestran el hecho como algo fácil de detectar, como una acción que ha sido normalizada y que, incluso, mantiene el respaldo de cierto sector social; los responsables no se ocultan ni tampoco sienten vergüenza, quien la siente es la víctima.

El acto de acosar o ejercer algún tipo de violencia -en este caso sexual- sobre las usuarias del metro, lo realizan hombres, normales, comunes, que se estaban transportando camino al trabajo o la escuela, que se relacionan en diferentes espacios de la vida pública y son funcionales, que no están bajo los influjos de estupefacientes o drogas. Los acosadores son conscientes de lo que hacen, buscan un beneficio personal.

Los carteles de la campaña reflejan la manera en que el acoso se ha normalizado y alimentan esta normalización, son los símbolos culturalmente disponibles que se retoman para interpretar el género. Elementos como la vestimenta, aseo personal y características físicas, presentan al acosador como un personaje que se encuentra consciente de lo que hace, que solo ha visto una oportunidad y la ha tomado. Con ello, los carteles comunican que cualquier persona, en específico los varones, pueden cometer acoso dentro de los vagones del metro.

Los mensajes emitidos dentro de la campaña mencionan y otorgan valor a las mujeres sólo a través de la relación que mantienen con los varones. Ellas no están

presentes como sujetos de acción que puedan hacer algo contra el problema que les afecta, por el contrario, son sujetos pasivos que no aparecen iconográficamente en los carteles - su participación se da en el mensaje lingüístico y bajo la relación que mantiene con otras personas-, son mencionadas de manera indirecta como aquellas sobre las que se ejerce el acoso, pero no más.

El incremento en las cifras en cuanto a acoso, indica un incremento en los actos, pero también indican que las mujeres están reconociendo qué acciones son violencia. Hay un reconocimiento de actos por los que tener que pasar no es normal. Pese a ello, los mensajes de la campaña no se orientan a eso, no hay una construcción de nuevas narrativas que apoyen el empoderamiento de las mujeres, que las coloque como sujetos de acción capaces de reaccionar y delatar a quien las está agrediendo.

La campaña tiene como emisor principal al acosador, habla con él y le pide que no acose por dos razones: es un delito y otros hombres podrían acosar a las mujeres con las que él mantiene lazos emocionales. Dentro de la construcción del mensaje hay un intento por generar conciencia en quien comete el delito, se habla desde un ámbito emocional y jurídico, la campaña explica que el acoso es una acción que tiene repercusiones negativas, apelando a la sanción, a una enseñanza que parte del castigo y deja de lado factores como la igualdad y el respeto a las mujeres no por mantener una relación con ellas sino porque tiene el mismo valor social y derecho a una vida digna.

El sistema judicial está inmerso en una lógica patriarcal, en lo que Bourdieu (2000) llama la dominación masculina, y que tiene la capacidad de hacerse pasar por una postura neutral, la cual no es útil para detectar los problemas de diversos grupos minoritarios y ofrecer posibles soluciones que no necesariamente son efectivas, ya que siguen dando respuestas inmersas en la dominación y protección de los varones.

En contraste a esta lógica, el uso de la perspectiva de género permite que los postulados patriarcales sean cuestionados y falseados. La perspectiva patriarcal aún predomina en la mayoría del orden social, los elementos que se relacionan con

lo femenino son minimizados y considerados como poco relevantes. Sin embargo, la lucha por transformar esta situación ha otorgado mayor libertad para cuestionar los sistemas de dominación bajo los que todo tipo de violencia de género se manifiesta.

Dentro del contexto en el que se desarrolló la campaña *No es de hombres*, se encuentra la división de vagones, lo cual se trata de un acto de redistribución, sin embargo, al no ir de la mano con el reconocimiento de las mujeres, el objetivo, erradicar el acoso, no se logra. Las mujeres tienen una zona exclusiva para viajar, pero eso no significa que tengan la garantía de mantener un viaje seguro.

Este tipo de medidas sirven para proteger a las usuarias de manera temporal pero deben de ser creadas con la intención de desaparecer, su intención es la de fomentar la igualdad de condiciones y el respeto mas no de perpetuar la separación entre géneros. El problema es perpetuar esta idea, considerar que las mujeres siempre serán víctimas y que tienen que estar en constante cuidado. Olvidando proporcionar herramientas discursivas que hagan más fuertes a las mujeres y les otorguen capacidad de decisión y actuar en la vida diaria.

El problema de redistribución (Fraser, 20006) busca ser solucionado con los vagones exclusivos para mujeres, acción afirmativa que otorga un espacio único para las mujeres y que se centra directamente en evitar el acoso por parte de los varones, pero el acto de representación no queda del todo resuelto. Ellas no están presentes en los carteles como personajes que puedan hacer algo para transformar su situación actual, no se les coloca tomando decisiones ni tampoco se exige que sean respetadas porque es su derecho. Su correcta representación aún queda endeble. Se trata de un problema que no está siendo correctamente atendido, que necesita de acciones físicas y simbólicas, de la construcción de nuevas narrativas, signos y símbolos que permitan generar nuevas realidades.

El mensaje no se construyó aludiendo al respeto entre ambo sexos, más bien, recurrió a la idea de que los varones deben de respetar, no acosar o violentar sexualmente a las usuarias porque podrían recibir un castigo legal y porque las mujeres con las que mantiene un lazo familiar, emocional o laboral pueden sufrir las

mismas acciones que ellos realizan. La campaña apela a considerar a todas las mujeres como un familiar y refuerza la idea de que “las mujeres que me pertenecen tienen un valor mayor con respecto a las otras”.

Las mujeres aparecen como seres pasivos que deben de ser protegidos por otros varones y que solo obtienen valor a partir del lazo emocional que mantienen con otros hombres. No se les muestra como personajes de acción o que actúen para combatir esta práctica social. En la campaña *No es de hombres* se alude al respeto de las mujeres porque en la vida social ocupan roles como “madre” “esposa” “hija” “jefa” “hermana” etc. elementos que las ligan de manera emocional con los perpetuadores. La campaña le resta importancia a las víctimas y a los usuarios en general.

Las usuarias no son representadas visualmente en el mensaje, jamás se les muestra como seres activos capaces de tomar decisiones, en el mensaje existe una búsqueda de la protección de ellas en ellos. Se regresa a la crítica creada por Sherry Ortner (1972-2015) donde la mujer tiene cabida en el espacio público sólo a partir de las relaciones que mantienen con los varones y se refuerza el paradigma de dominación masculina, en el cual, ellas son mostradas como personajes sumisos que siempre deben de estar protegidas por los otros. A ellas se les relaciona con la pasividad perpetua, por naturaleza, no con un estado de vulnerabilidad que se puede modificar.

Uno de los discursos hegemónicos, en este caso el institucional, ve como posible solucionar el problema a partir de la perspectiva masculina. No se renuncia a la lógica donde son los varones quienes protegen, se intenta dar solución a un problema desde la visión de quien domina. En la construcción del mensaje se busca una solución al acoso, pero este vuelve a cederle al sector masculino la capacidad de actuar o no sobre el cuerpo de las mujeres.

El papel de las mujeres como seres que deben de estar en continuo cuidado y que siempre necesitan ser protegidas por los varones aún se encuentra presente y ejerce presión sobre ambos géneros, perpetuando el sistema de dominación masculina. Las mujeres le siguen perteneciendo a alguien más y no viven para sí

mismas, son encajonadas como “madresposa” o como “putas” y los varones se ven con la capacidad de decidir sobre de ellas, pero, también son catalogados directamente a cumplir con acciones que pueden afectar su integridad o la de alguien más, si quieren demostrar que son “verdaderos hombres” deben de exponer su virilidad.

A las usuarias no se les ve como personajes que se encuentren vulnerables ante el acoso o violencia sexual en lugares abiertos, más bien, se les sitúa como individuos que deben de estar protegidos por los varones y que a partir de ellos adquieren valor social. No se les reconoce como iguales, con la misma capacidad de pensamiento, actuar, valor social y dignidad. Su capacidad de procreación y relación con la naturaleza dejó de ser un estado biológico y se coló en todos los aspectos de la vida cotidiana que las marcaron como seres inferiores y que las sexualizó (Sherry Ortner 1972-2015). Las mujeres son representadas en el ámbito público por los varones, en este caso mediante un cartel, y si buscan elevar su estatus, lo deben de hacer a través de ellos y no por ellas mismas.

No es de hombres responde a las características que se tiene del acosador promedio en STCM, un hombre que no se encuentra bajo en insumo de drogas o algún estupefaciente, que es consciente de lo que hace, es socialmente productivo y joven; el perfil de acosador en la campaña si encaja con lo que ocurre en la realidad. Sin embargo, el mensaje no es del todo acertado en el contexto y las posibles soluciones que se pueden crear.

La campaña analizada anteriormente solo es un ejemplo de los miles de discursos que apelando por la igualdad de condiciones de desarrollo entre hombres y mujeres aún contiene cánones en los que se respalda y reproduce la dominación masculina. Se basa en estereotipos de lo que debe de ser una mujer y un hombre, así como en la zona donde radica su valor. A ellas aún no se les permite entrar al mundo social sino van de la mano de los varones o del mundo masculino.

Aunado a ello, la violencia simbólica es un hecho que no se puede negar y que se encuentra presente en los ideales que día con día se proyectan y rigen la vida de los ciudadanos. Por lo cual, se tiene que crear un discurso social diferente, uno que

reconozca el problema social que enfrentan las mujeres en el transporte público y que les ayude a crear arquetipos capaces de dotar y reconocer la capacidad de acción que las mujeres tienen sobre los hechos que les ocurren en la vida diaria sin revictimizarlas. A la par, se debe de concientizar a toda la población que el acoso y la violencia sexual son actos que denigran y afectan la integridad de las personas.

Hay que construir discursos que les hablen a las dos partes involucradas en el problema, trabajar sobre la redistribución de espacios y bienes, pero también sobre la representación de ambos géneros. Se trata de crear nuevas narrativas que agranden el abanico de opciones que las mujeres que enfrentan el acoso, violencia u hostigamiento sexual en zonas comunitarias tienen para actuar, de proporcionar respuestas que les permitan autonomía.

Una de las posibles soluciones en cuanto a la construcción narrativa es crear campañas que coloquen el poder en manos de las usuarias del STCM, propicia el reconocimiento de los problemas que les aquejan y la capacidad de actuar sobre de ellos, promover la cultura de la denuncia y el respeto, así como atacar la cultura del acoso y la violación. El objetivo debe de ser erradicar todo tipo de violencia, en específico la violencia sexual y el acoso, en zonas comunitarias como lo es el STCM y que cada vez sean menos necesarias las medidas de discriminación positiva. La presencia del enfoque punitivo tiene que estar presente pero no ser el dominante.

No hay otro camino más que la invención de nuevas narrativas para el sano desarrollo de las personas, acompañado de la revisión permanente de las instituciones para poder crear un mundo más equitativo. La perspectiva de género ayuda a comprender las representaciones sociales que se hacen de los personajes y por ende los roles que juegan en sociedad. Por ello, en el análisis de lo social se vuelve clave para comprender y atacar problemas.

Atacar el problema no sólo implica crear barreras físicas entre hombres y mujeres o imponer sanciones jurídico-administrativas, sino, crear campañas de concientización que logren conectar con la ciudadanía. Las campañas deben de impactar en la vida y entorno del receptor, concordar con el contexto, hablarle tanto

a hombres como mujeres y ser continuas, sólo así se podrán transformar los hábitos de quienes agreden en el transporte público.

Se trata de resolver el problema con medidas que den respuestas inmediatas, pero, también, que ofrezcan una solución a largo plazo, medidas que den pauta para la sana convivencia y que permitan eliminar acciones afirmativas, como la separación de vagones porque el problema ha desaparecido. Se trata de crear discursos que se puedan reflejar en otros ámbitos de la vida cotidiana y den un paso más hacia la igualdad de género.

Fuentes

- Adán, Carmen. Feminismo y Conocimiento. De la experiencia de las mujeres al ciborg. La Coruña: Ediciones Espiral Mayor, 2006.
- Animal político, Desde Ecatepec hasta el ángel, así va la marcha viva nos queremos contra la violencia machista, (en línea) URL:<https://www.animalpolitico.com/2016/04/>
- Barthes Roland, Mitologías, siglo XXI, México, 1999.
- Barthes Roland, Lo obvio y lo obtuso, Paidós, México, 1986
- Blázquez Graf Norma, epistemología feminista: temas centrales, en investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales, Coor: Blázquez Graf Norma, Flores Palacios Fátima, Ríos Everardo Maribel, México, UNAM, 2010.
- Bocanegra Jorge, Análisis de la prensa jalisciense, en Análisis crítico del discurso: raza y género. Universidad de Guadalajara, México, 2006.
- Bourdieu Pierre, La dominación masculina, Anagrama, Barcelona, 2000
- Castelli Azul, Las brechas del discurso: del sexismo de nota roja a la violencia de género, UNAM, México, 2014
- CNN Español, “No es de hombres” la campaña contra la violencia sexual que intrigó a todo México, (en línea) URL: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/03/31/no-es-de-hombres-la-campana-contr-la-violencia-sexual-que-intrigo-a-mexi/>
- Constitución política de los estados unidos mexicanos, en línea URL: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/cn16.pdf>
- Córdoba Abundis Patricia, Análisis de la prensa jalisciense, en Análisis crítico del discurso: raza y género. Universidad de Guadalajara, México, 2006.
- Chávez Julia del Carmen, investigación con perspectiva de género en perspectiva de género una mirada universitaria, Coor: Julia del Carmen Chávez Carpiá, UNAM, México, 2015.
- ENDIREH 2003, en línea URL: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/endreh/2003/>
- ENDIREH 2006, en línea URL:<http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/endreh/2006/>

ENDIREH 2011, en línea URL:<http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/endreth/2011/>

ENDIREH 2016, en línea URL: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enc hogares/especiales/endreth/2016/>

Golubov, Nattie, Interseccionalidad, en Conceptos clave en los estudios de género, Coor: Hortensia Moreno, Eva Alcántara, UNAM, MÉXICO, 2016.

Fraser Nancy, La Justicia social en la era de la política de la identidad: redistribución, reconocimiento y participación social, en ¿redistribución y reconocimiento? Au: Nancy Fraser y Axel Honnet, Morarta, Coruña, 2006.

Fernández de la Reguera Alethia, Las bases culturales de la violencia de género y los procesos de autonomía de las mujeres en matrices de paz, Coor. Javier Camargo Castillo Dora Elvira García-González, Tecnológico de Monterrey, México, 2018

Foucault Michel, el orden del discurso, Tusquets, Buenos Aires, 2005

García María Inés, Poder: relación de fuerzas, enfrentamiento, lucha, batalla, en Conceptos clave en los estudios de género, vol:1 Coor: Hortensia Moreno, Eva Alcántara, UNAM, MÉXICO, 2016.

Gutiérrez Garrado, Análisis de la prensa jalisciense, en Análisis crítico del discurso: raza y género. Universidad de Guadalajara, México, 2006.

Haraway Donna J. en Ciencia, ciborgs y mujeres, La reivindicación de la naturaleza, Ediciones catedra, Madrid, 1995.

Harding Sandra. Ciencia y feminismo, Ediciones Morata,1993.

Haidar Julieta, El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso, 2000, en línea URL: <https://www.uam.mx/cdi/pdf/publicaciones/produccion>

Hierro Graciela, Ética y feminismo, UNAM, México, 2005.

Lamas, Marta, Usos y dificultades de la categoría género en El género la construcción cultural de la diferencia sexual, UNAM, México, 2015.

Lagarde Marcela, *El derecho humano de las mujeres a una vida libre de violencia*, 2012 en línea, URL: https://catedraunescodh.unam.mx//catedra/CONACYT/_16DiplomadoMujeres/lecturas/modulo2/2_MarcelaLagarde_El_derecho_humano_de_las_mujeres_a_una_vida_libre_de_violencia.pdf

- Lagarde Marcela, Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas, UNAM, México, 2005.
- Ley general de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia, en línea URL: <http://www.cofemer.gob.mx/LGAMVLV.pdf>
- Malet Mariana, la violencia de género, el papel de los movimientos feministas y los posibles abordajes jurídicos, Revista de la facultad de derecho, Montevideo, julio-diciembre 2012.
- Orr Jackie, ¿Feminismo de ciencia ficción? en Ciencia, ciborgs y mujeres, La reivindicación de la naturaleza, de Haraway Donna J. ediciones catedra, Madrid, 1995.
- Ortner Sherry B. y Whitehead Harriet, indagaciones acerca de los significados sexuales, en: El género la construcción cultural de la diferencia sexual, Au: Lamas, Marta, UNAM, México, 2015.
- Ortner Sherry B. ¿Es la mujer con respecto al hombre lo que la naturaleza con respecto a la cultura? en línea: url: <https://museo-etnografico.com./pdf/punto.de.fuga/150121sherryortner.pdf>
- Núñez Lucia, El género en la ley penal: crítica feminista a la ilusión punitiva, CIEG, UNAM, MÉXICO, 2018.
- Sánchez María José, Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido, en Crítica. feminista y comunicación, Coor: María José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola, comunicación social ediciones y publicaciones, Sevilla, 2007.
- Scott Joan, El género: una categoría útil para el análisis histórico en: El género la construcción cultural de la diferencia sexual, Coor: Lamas Marta UNAM, México, 2015.
- Tamar Pictch, Prólogo, en El género en la ley penal: crítica feminista a la ilusión punitiva, Núñez Lucia, CIEG, UNAM, MÉXICO, 2018, p. 210.
- Teun A. Van Dijk, El análisis crítico del discurso, Anthropos (Barcelona), 1999, 186
- Teun A. Van Dijk, Análisis Crítico del Discurso 2006, en línea URL: <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>
- Varela Nuria, feminismo institucional, en línea URL: <http://nuriavarela.com/feminismo-institucional/>

Pitch Tamar, Prologo en Zaremborg Gisela, El género en las políticas públicas: redes, reglas y recursos, Au: FLACSO, México. 2013.

Plumas atómicas, Joven, con trabajo y consciente del delito: ese es el perfil del acosador del Metro, en línea URL: <https://plumasatomicas.com/noticias/perfil-acosadores-metro/>

Protocolo para juzgar con perspectiva de género, en línea URL: http://archivos.Diputados.gob.mx/Comisiones_LXII/Igualdad_Genero/PROTOCOLO.pdf

PGJ, solicitud de transparencia, Oficio: DGPOC/OIP/ 4118/

Ruiz, Mi primer acoso, la historia detrás del trending topic, en línea URL: https://www.vice.com/es_mx/article/bned78/miprimeracoso-la-historia-detrás-del-trending-topic

SIESVIM, 2016, en línea, URL: <https://sc.ineqi.org.mx/SIESVIM1/>

S/a, Servicio ateneo, en línea, URL: <http://www.sm1.cdmx.gob.mx/red-de-rutas>

S/a, Se presenta en la CDMX, la campaña “no es de hombres”, en línea URL: <https://almomento.mx/se-presenta-en-la-cdmx-la-campana-hombres/>

Torres Ulises, Violencia cotidiana en la red del sistema de transporte colectivo metro de la ciudad de México, durante el primer semestre de 1999, UNAM, México, 2000

Varela Nuria, Feminismo para principiantes, Ediciones B, S. A., Barcelona, 2008.

Vega Aimée, Medios de comunicación y nuevas tecnologías en Conceptos clave en los estudios de género, vol:1 Coor: Hortensia Moreno, Eva Alcántara, UNAM, México, 2016.

Woodak Ruth, en Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak*, Au: César Colorado Discurso & Sociedad, Vol. 4(3) 2010, en línea URL: <http://www.dissoc.org/ediciones/v04n03/DS4%283%29Colorado.pdf>

Zaremborg Gisela, El género en las políticas públicas: redes, reglas y recursos, FLACSO, México, 2013.

