

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Efectos de los estereotipos masculinos en la paternidad

Proyecto integrador

Diana Jael Pepinós Arcos

Lizeth Natalia Larrea Oviedo

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

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

Quito, 19 de mayo de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE
TITULACIÓN

**Efectos de los estereotipos de masculinidad en la
paternidad**

Jael Pepinós Arcos

Lizeth Natalia Larrea Oviedo

Calificación: _____

Nombre del Profesor: Gabriela Falconí

Firma del profesor _____

Quito, 19 de mayo de 2017

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Diana Jael Pepinós Arcos

Código: 00117305

Cédula de Identidad: 1718373127

Nombres y apellidos: Lizeth Natalia Larrea Oviedo

Código: 00110331

Cédula de Identidad: 1713672978

Lugar y fecha: Quito, 19 de mayo de 2017

DEDICATORIA

*Ésta investigación está dedicada
a todos esos padres: guerreros silenciosos,
almas pacientes y sabias,
que día a día entregan todo de sí
para enseñar a sus hijos a creer en sus propias alas
y nunca desmayar.*

AGRADECIMIENTOS

Se agradece a la Universidad San Francisco de Quito por el apoyo a lo largo de nuestras carreras profesionales.

A Santiago Castellanos y Gabriela Falconí por dar apertura a espacios como en los que esta tesis se desarrolló y la apertura a tratar la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas con cercanía al mundo profesional.

Además se agrade al apoyo incondicional de la institución de la Policía Nacional y especialmente a su equipo de seguridad en Carapungo.

RESUMEN

Existe una preocupación en torno a los índices de violencia a nivel nacional e internacional. Distintas investigaciones revelan estadísticas alarmantes respecto a la violencia intrafamiliar y violencia de género. Los datos levantados a nivel nacional muestran que los varones continúan siendo los principales promotores de violencia a nivel social, por lo que se califica como primordial intervenir en el tema de masculinidad. Ya que, a menudo, ésta se asocia con patrones patriarcales, violentos, sexistas, no emotivos, autoritarios, distantes y ausentes en el hogar, además de considerar al padre únicamente como el proveedor económico y no como un miembro afectivo o emocional en la familia. Como consecuencia, estos factores promueven la continuación de comportamientos violentos a nivel familiar, laboral, y social.

La campaña “Por Una Vida Libre de Violencia” lanzada el pasado año (2016) por la Policía Nacional y el Ministerio del Interior tiene como objetivo disminuir los índices de violencia de género y la violencia intrafamiliar a nivel nacional. Para lo cual, busca intervenir en la re-estructuración de la masculinidad tradicional, proponiendo modelos masculinos menos estereotípicos. Desde el mes de enero del presente año, estas dos instituciones han trabajado en conjunto con dos estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, Lizeth Larrea y Jael Pepinós, para darle un giro a la iniciativa. Esta nueva fase de la campaña no solo pretende reducir la violencia, sino también tiene el propósito de conectarse de manera más directa con la población. Como resultado a esto, se ha decidido integrar el concepto de *padres comprometidos* con el objetivo principal de promover una paternidad activa para disminuir los índices de violencia.

palabras clave: Discriminación, padre, roles de género, involucramiento paterno, espacio familiar, ámbito familiar, ejercicio paterno, influencia, construcciones sociales, violencia, poder paterno, cuidado, sexismo, rol del padre tradicional, rol del padre hegemónico.

ABSTRACT

There is concern about violence rates at national and international levels. Alarming statistics on domestic violence and gender-based violence have been demonstrated. Data collected nationally demonstrates that males continue to be the main promoters of violence on a social level. Therefore, it is essential to intervene in the issue of masculinity given that it is usually associated with patriarchal, violent, sexist, non-emotive, authoritarian, distant, and absent patterns in the home. In addition, fathers tend to be considered only as an economic icon and not as possible emotional and affective member of the family. In that manner, these are some of the elements that promote a violent behavior inside the family group, at work, and amongst social environments.

The campaign "Por una Vida Libre de Violencia" launched last year (2016) by the National Police and the Ministry of the Interior aims to reduce the rates of gender violence and domestic violence nationwide. For this mean, it seeks to intervene in restructuring the traditional approach in which masculinity is conceived by proposing less stereotypical male models. Since January these two institutions have worked together with two students, Lizeth Larrea and Jael Pepinós from Universidad San Francisco de Quito to give a turn to the initiative. This new phase of the campaign not only aims to reduce violence, but also to connect directly with the selected target. As a result, the concept of *committed parents* has been attached to the campaign to promote an active paternity in order to reduce the rates of violence.

Keywords: Discrimination, father, gender roles, paternal involvement, family space, family environment, paternal exercise, influence, social constructions, violence, paternal power, care, sexism, traditional father's role, hegemonic father's role.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTOS.....	8
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL.....	14
Masculinidad: Concepto denotativo, connotativo e influencias culturales relacionadas al rol paterno.....	14
Construcción de la paternidad.....	17
El modelo de Paternidad Hegemónica.....	18
Violencia y Poder: factores latentes en la paternidad hegemónica.....	19
Involucramiento del padre en el entorno familiar.....	22
Carente involucramiento del padre en la crianza de los hijos, una muestra de inequidad de género.....	24
Permiso de paternidad por nacimiento del hijo, ¿una herramienta legal para combatir la inequidad?.....	26
Co-crianza del padre y la madre: influencia en la salud y bienestar de los hijos.....	28
MARCO TEÓRICO NACIONAL.....	31
Contexto	31
Metodología	35
Encuestas de paternidad y maternidad: cuestiones generales de roles de género.....	35
CAMPAÑA POR UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA, PAPÁS EN ACCIÓN.....	43
Tema de la campaña.....	43
Nombre de la campaña	43
Logo de la campaña.....	44
Antecedentes	45

Justificación.....	46
Objetivos.....	49
Público Objetivo	50
Producto comunicacional.....	53
Redes sociales.....	54
Medios.....	62
Cuña de radio.....	64
Vocero	67
Activismo	68
Activación BTL	69
Eventos	74
Informe cómo se un padre en acción.....	74
Wings & Music.....	75
Festival Papás en Acción.....	77
Capacitaciones	79
Aprendiendo a ser padre en el siglo XXI.....	79
Papás en acción positiva.....	80
Papás en acción, por una vida libre de violencia.....	81
Hijos en acción, por una vida libre de violencia.....	83
Organización beneficiaria	84
Investigación	85
Objetivos vs Logros	105
Presupuesto	107
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES.....	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
ANEXOS.....	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. –Medios	64
Tabla 2.-Clipping de medios	65
Tabla 3. –Presupuesto	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. – Edad	36
Gráfico 2. – Sexo	37
Gráfico 3. –Buen padre	37
Gráfico 4. –Ser buen padres es	39
Gráfico 5. – Cambiar pañales	39
Gráfico 5. – Madre pañales	40
Gráfico 6. –Importancia de rol	40
Gráfico 7. – Rol predominante	41
Gráfico 8. – Género materno predominante	41
Gráfico 9. –Cultura en hijo	42
Gráfico 10. –Figura paterna “ideal”	43
Gráfico 11. –Logo	45
Gráfico 12. – Alcance Facebook	56
Gráfico 13. –Publicación Facebook	58
Gráfico 14. –Publicación Facebook 2	59
Gráfico 15. –Twitter	60
Gráfico 16. – Publicaciones Twitter	61
Gráfico 17. – Publicaciones Instagram	62
Gráfico 18. –Activismo	70
Gráfico 19. –Fotos BTL	72
Gráfico 20. –Fotos BTL 2	73
Gráfico 21. –BTL3	74
Gráfico 22. –BTL3	75
Gráfico 23. –Foto evento informativo	76
Gráfico 24. –Promoción festival Papás en Acción	80
Gráfico 25. –Capacitaciones	82
Gráfico 26. –P1 mujeres	88
Gráfico 27. –P1 hombres	88
Gráfico 28. –P2 mujeres	89
Gráfico 29. –P1 hombres	89
Gráfico 30. –P3 mujeres	90
Gráfico 31. – P3 hombres	91
Gráfico 32. – P4	94
Gráfico 33. –P5	97

Gráfico 34. –P5	97
Gráfico 35. –P6	98
Gráfico 36. –P8 hombres	99
Gráfico 37. –P8 mujeres	100
Gráfico 38. –P9 Rol más importante	101
Gráfico 39. –P9 Rol más importante	101
Gráfico 40. –P10 Razón predominancia	102
Gráfico 41. –P11 Cambiar pañales	103
Gráfico 42. –P11 Cambiar pañales	104
Gráfico 43. – P12 Ser buen padre es	104
Gráfico 44. –P8 hombres Gráfico 28.	104
Gráfico 45. –P121	105
Gráfico 46. –P13 mujeres	106
Gráfico 47. –P13 hombres	107
Gráfico 48. –Involucración en crianza	107

INTRODUCCIÓN

La paternidad ha sido construida y modificada a lo largo de la historia a partir de influencias biológicas, culturales, psicológicas y sociales; las mismas que han desarrollado un impacto generalmente negativo en el involucramiento del hombre en el ámbito familiar. A menudo, estas influencias han surgido en base a las construcciones de género hegemónicas. Dichas construcciones, con el tiempo, han llevado a estigmatizar ciertos aspectos referentes al ejercicio de la paternidad que han provocado que el género masculino cree un estereotipo patriarcal, ausente, y violento en cuanto al rol de padre.

A continuación, se propone una reflexión de ciertos conceptos que giran en torno a la temática de la paternidad hegemónica y las construcciones de género que afectan a la paternidad. El fin de repensar estos conceptos es motivar un replanteamiento y práctica diaria de estos términos y criterios. Muchas veces los conceptos no llegan a formularse como pensamientos conscientes, pero no por eso dejan de definir nuestra manera de ser y actuar, especialmente en lo social y colectivo. Muchos de estos conceptos perpetúan incuestionados porque hacemos las cosas como se suele hacer, anclando nuestra ideología a la tradición e

imposibilitando el desarrollo de nuevos conceptos e imaginarios (Péter, 2007, p.2). Justamente para contrarrestar esta tendencia, es que a continuación se propone un análisis terminológico sobre la paternidad y el género.

MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL

Objetivo

El objetivo principal del marco teórico a nivel internacional es discutir las distintas fuentes recopiladas y analizar sus contenidos al identificar los efectos de los estereotipos de la masculinidad hegemónica en la paternidad.

Masculinidad: Concepto denotativo, connotativo e influencias culturales relacionadas al rol paterno

Según el diccionario de la lengua, *masculinidad* es el “conjunto de las características consideradas propias del hombre” (Péter, 2007, p.4). Esta definición despierta un cuestionamiento ¿A qué características se refiere? ¿Existe una clara y homogénea delimitación del imaginario que acompaña al hombre? Inicialmente, lo relativo al hombre tiende a crearse a partir de la identidad biológica del ser en donde rasgos específicos tanto anatómicos como hormonales determinan la pertenencia, o no pertenencia, a lo masculino. Ahora bien, el considerar la definición de “masculinidad” mediante sinonimia es un ejercicio revelador. Virilidad y hombría son los sinónimos que de costumbre se encuentran en un diccionario promedio sobre la masculinidad. Revelando a partir de la semántica, el suave pero prominente significado contextual al que el término “masculinidad” se asocia culturalmente.

Considerando la masculinidad en relación a la paternidad desde un punto de vista cultural, se suele considerar al padre como una figura con cierta incapacidad para cuidar a los hijos, en relación a la madre. A menudo, se visualiza a la madre ejerciendo un rol más

comprometido dentro del espacio familiar. La sociedad, a través de construcciones sociales de género, ha incorporado la idea de que la mujer, en su papel femenino, está más capacitada para el cuidado y atención de los hijos que el padre con su rol masculino. Es más, son las mismas mujeres quienes han afirmado esta percepción, comentan Jia & Schoppe. De forma que se ha catalogado al género femenino al cuidado de niños, mientras que al género masculino se le ha relegado a ser un influenciador secundario: "En la infancia de los niños, la co-crianza puede estar especialmente propensa a ser influenciada en respecto a la función paterna; puesto a que las madres suelen tomar el papel principal en la crianza de los niños bajo el supuesto de que las madres son más adecuadas para el mismo" (Jia, R & Schoppe, 2012, p.3). En este sentido, se puede confirmar que ambos roles se ven limitados a querer ser acatados acorde a los estigmas establecidos por la visión social y tradicional de la masculinidad y feminidad hegemónicas.

Una percepción en la que el padre emprenda un rol más activo desafía a la familia a obtener un equilibrio en el que se dispare la trascendencia en los intercambios paternos y en cuanto a su toma de decisiones referentes al desarrollo y comportamiento de los hijos. Sin embargo, un estudio especializado demostró que existe una diferencia en las formas de abarcar este tema entre las madres con trabajos y las no empleadas (Jia, R & Schoppe, 2012, p.5).

Otro aspecto cultural que ha sido analizado son las raíces de indígenas y/o nativas de donde se cree pueden haber provenido los modelos de género no equitativos de la actualidad. Estos análisis proponen estudiar la historia pasada para entender la influencia de la misma en los modelos de hombre y mujer en el presente. Ball (2009, p.10), analítico de culturas

indígenas demostró que muchas de las generaciones actuales nativas reconocen la importancia del involucramiento del padre y que, por otro lado, no están de acuerdo con los modelos paternos que tuvieron. Uno de los indígenas que cooperó en este estudio expresó lo siguiente sobre su padre:

"Después de que él murió, tenía sueños con él en los que él no me reconocía. Eran muchas las cosas con las que yo tenía que lidiar mientras crecía, pero sabía que no quería eso para mis hijos. Yo quería que mis hijos tuvieran un padre y que pudieran entender las alegrías y regalos de lo que es tener a tus dos padres contigo" (Ball, 2009, p.11).

La gran mayoría de los varones están expuestos a un proceso de aprendizaje continuo de estereotipos de género, muchas veces caracterizados por agresividad, violencia, autoridad, ejercicio del poder, escasa manifestación de afectos y sentimientos, entre otros atributos. Este proceso de aprendizaje se incorpora en los varones mediante el lenguaje, las actitudes, y las formas de actuación de los diferentes grupos sociales en los que participan como la familia, las escuelas, los ámbitos de trabajo, y grupos de amigos (Salguero, 2006, p.163).

Adicionalmente, algunas observaciones creen que considerar el género del niño es un factor influenciador en la paternidad y se lo considera relevante para entender el involucramiento del padre y su masculinidad. Quizá a través de ciertas cuestiones de sexo culturales se puede explicar el tiempo que el padre decide compartir con sus hijos. Por una parte, McMun (2015, p.16) menciona varios expertos que consideran que sí existen implicaciones relacionadas con el género. Esto puede ser visto cuando las niñas desean más

interacción verbal que lo niños. No obstante, la mayoría de artículos norteamericanos difieren y exclaman que la participación paterna no está relacionada con el sexo del niño (McMun, 2015, p.17). La paradoja expuesta anteriormente defiende notoriamente que la falta de iniciativa en el ejercicio paterno discutido a lo largo de este marco teórico demuestra que la información recopilada en este tema no es suficiente para llegar a afirmaciones concretas.

Construcción de la paternidad

Las teorías del apego y la generatividad sugieren que la paternidad se transfiere a través de experiencias de ser atendidos por los modelos de conducta del padre durante la infancia (Ball, 2009, p.29). Pero, ¿cómo es que el padre se identifica con los roles auténticos culturales si no tiene experiencia previa de haber sido padre y muy pocos modelos a seguir de roles de padre en su comunidad? Aún cuando existen construcciones sociales muy asentadas en torno a los roles de género, estas son muy claras a la hora de ser aplicadas. Si se analiza la definición de paternidad propuesta por Thurler y Santa (2009, p. 2), investigadores relevantes al tema, se entiende que el ser padre atribuye a todo lo que respecta al cuidado e instrucción del niño: "La parentalidad incluye además de lo parental - concebir, colocar en el mundo, dar una identidad al nacer - cuidar, alimentar, educar, socializar, transmitir valores y patrones de comportamiento, alimentar y desarrollar la afectividad, integrar en una comunidad". No obstante, en la práctica, un gran número de hombres se ven expuestos a un aprendizaje basado en estereotipos de género que los empujan a actuar y ser de cierta manera. Una manera en la que se destaca el ejercicio del poder, la poca afectividad y otras manifestaciones incluidas en la construcción social establecida del género masculino, exclama Salguero (2006, p. 103).

Este especialista explica que este proceso de aprendizaje ocurre a través del lenguaje y las actitudes de las personas en distintos ámbitos sociales como la interacción en familia, escuelas, trabajo, grupos de amigos, y otros.

El modelo de Paternidad Hegemónica

Es necesario resaltar que todo producto de la actividad humana contribuye a la formación de la mitología individual y colectiva de la paternidad. No sólo las actividades contemporáneas influyen la construcción de los modelos, estereotipos y prejuicios que lideran la ideología actual; sino que también, y especialmente, las actividades y pensamientos históricos lo hacen. Sin embargo, la falta de cuestionamiento de estos principios históricos provoca que el mundo de las ideas se aferre a la tradición, imposibilitando así su crecimiento y adaptación:

“La tradición es como un argumento escrito con tinta invisible, seguido al pie de la letra por los personajes, aunque éstos para nada estén conscientes de la existencia del guión. El cambio se puede asemejar al proceso de un laboratorio de teatro donde nuevos papeles se ensayan hasta el punto en que el personaje ya puede identificarse con ellos. Para moverse con más seguridad en este terreno movidizo entre tradición y cambio hace falta hacer visible la tinta invisible del guión. Sólo así puede una persona elegir conscientemente si quiere seguir en el papel que se le ha asignado o si quiere reescribir el argumento” (Péter, 2007, p.1).

La cita anterior es una analogía ilustrativa que explica la dinámica que se emprende a partir de la tradición. Se toma como punto de partida un imaginario anacrónico perteneciente al pasado, al que se obedece y sigue sumisamente de forma inconsciente. Ahora, aplicando este principio de la tradicionalidad al área de la paternidad, lo estipulado, lo socialmente aceptado y asumido se refiere a “un modelo de paternidad arraigado en el patriarcado y la desigualdad entre los

sexos” (Péter, 2007, p.1). Su perpetuación termina convirtiéndose en una especie de doctrina pedagógica de carácter dominante a nivel social respaldada por instituciones que hacen las veces de establecedores de valores culturales como la iglesia, la escuela, la medicina o la psicología.

Violencia y Poder: factores latentes en la paternidad hegemónica

La violencia es un tema a menudo también ligado a la paternidad. Los malos tratos en el entorno familiar y, de forma enfática, la violencia direccionada hacia los niños por parte del padre es un resultado histórico de la sinergia entre diversos criterios de la paternidad hegemónica desde una perspectiva sexista, patriarcal, y con tintes segregativos de las relaciones personales y sociales.

Péter (2007, p.3) comenta sobre la violencia de la siguiente forma: “Considero que los malos tratos a los niños constituyen uno de los legados más arraigados del patriarcado como orden social y matriz cultural”. Bien conocido es que asociado a la figura patriarcal del paternalismo se encuentra la búsqueda, un tanto irracional, a menudo, de poder. Salguero (2006, p. 163) comenta también al respecto expresando que México es uno de los ejemplos exponenciales de los varios países latinoamericanos en los que casi toda la población masculina se encuentra expuesta a “un proceso de aprendizaje continuo de estereotipos de género, muchas veces caracterizados por agresividad, violencia, autoridad, mal manejo del poder, escasa manifestación de afectos y sentimientos, entre otros”. Es éste aprendizaje continuo de estereotipos en los que la masculinidad se sumerge, pero normalmente no confronta ni concientiza. En su lugar, los asume como parte del subconsciente colectivo a tal

punto en el que se sistematiza como parte de los procesos educativos y, como antes se explicó, termina siendo parte de la tradicionalidad (esa tinta invisible en el guión que todos los personajes siguen, a pesar de no ser conscientes de su existencia).

Este estado en el que el padre ejerce una masculinidad hegemónica suele involucrar diversos tipos de violencia al momento de ejercer poder, de forma especial hacia aquellos más susceptibles y menos resistentes que el violentador (descripción que, de usual, calza perfectamente con los niños). Además, la alerta que levanta esta afirmación es el toque de naturalización con el que se visualiza el maltrato infantil de carácter familiar a nivel social.

Péter (2007, p.3) continúa su disertación estipulando que la violencia “es una manifestación concreta y a la vez dramática de lo que ocurre cuando los valores básicos de la figura paterna tradicional impuesta por la sociedad patriarcal se convierten en valores pedagógicos de toda una cultura”. El kit de la cuestión es que no son casos aislados los que se encuentran, sino que este tipo de conductas asociadas y basadas en la violencia están normalizadas en la cultura, no sólo familiar, sino educativa. De tal forma que no sólo se tolera la violencia proveniente del padre o patriarca, sino que se la enseña y normaliza. Se encuentra en cada espacio hacia el que se mire: shows televisivos que la familia consume, publicidad a la que están expuestos, incluso en escenas, dinámicas y normas de la vida cotidiana con los que la familia crece, se constituye, y aprende.

Por último, Péter (2007) sugiere que estos valores que lideran la paternidad hegemónica y tradicional: “ley”, “autoridad” y “distancia” (aún estando presente físicamente)”. Son valores que refuerzan el ausentismo del padre en el hogar, mientras alejan

cualquier tipo de demostración afectiva por buscar mantener su jerarquía y autoridad mediante la atemorización (usualmente violenta) y la lejanía. En el padre, este ha sido un rol socializado en función de las construcciones de género dualistas que direccionan al padre a resistirse a cualquier signo de debilidad para mantener su posicionamiento en el medio.

Como parte muy relevante del establecimiento de la paternidad patriarcal, las funciones paternas se han subordinado solamente a la identificación y a la asociación con el poder. Esto, de la mano de la violencia como factor constituyente de la masculinidad, ha creado las bases para que las relaciones paterno-filiales se planteen sobre un juego dicotómico que atribuye al padre el poder y al hijo la subordinación, al patriarca los límites y al subordinado el encogimiento, al padre el castigo y al hijo la obediencia. Creando una dinámica que se reparte entre tensiones y estrés relacional, en lugar de términos complementarios como fragilidad/protección (más latente en el caso de los bebés), dependencia/cuidado (relación más común en el caso de niños en edad escolar) o crecimiento/apoyo (en el caso de los hijos adolescentes y jóvenes) (Péter, 2007, p.3). También, cabe considerar la propuesta con la que Péter (2007, p.7) continúa respecto a que la imagen del padre severo y maltratador está íntimamente ligada a la visión del hombre como guerrero, otro mito muy arraigado en el colectivo común. Esta es otra manera de fusionar la “identidad de género patriarcal con un concepto de paternidad que, en vez de identificarse con el cuidado, se ha identificado con el poder”.

Por otra parte, otra forma de perpetuar la relación paternal con el poder es la consideración de que el principal, e incluso a veces el único, rol del padre es la de ser el

proveedor económico. De continuo, el valor que tienen los padres ha sido marginado de tal forma que se considera que su única responsabilidad hacia la familia es la de ser el sustentador (Greif et al., 2011 citado en Brodie, 204, p.39).

Involucramiento del padre en el entorno familiar

La manera en que los padres crían a sus hijos tiene un inmenso impacto en su desarrollo cognitivo, social, emocional y físico, Explica Randin & Sagi (citado en McBride, 1989, p. 13). Varios estudios realizados en torno al tema exponen que un aumento en el involucramiento del padre tanto en las tareas del hogar como en el cuidado de los hijos provoca una natural mejora en el sentido de control, seguridad y desarrollo cognitivo del niño. Usualmente, los estudios enfocados en el entorno del niño se han enfocado mayormente en el rol de la madre. No es sino hasta mediados y fines de los 80's que psicólogos, educadores y profesionales en general han puesto hincapié en estudiar el rol que el padre juega en el desarrollo del niño.

Históricamente, los padres (refiriéndose al padre, no a la madre) han fallado en la tarea de desempeñar un rol activo en la crianza de los hijos; explica McBride (1989, p. 14). Las principales razones que se exponen para este hecho de acuerdo a Smith & Smith, Palkovitz, Klinman y Tomlin (citados en McBride, 1989, p. 14) incluyen principalmente: La ausencia de modelos paternos, la falta de preparación a nivel social para la paternidad y la falta de interacciones padre-hijo obligatorias. Estos factores, combinados con bajos niveles de motivación, han provocado que muchos hombres tomen una postura distante en la crianza de sus hijos. Es más, en la actual sociedad, muchos varones no han gozado de tener las

oportunidades para convertirse en sabios conocedores respecto a la paternidad o al desarrollo de las habilidades necesarias para convertirse en padres cuidadosos de sus hijos. Esta falta de preparación, soporte, y motivación ayuda a perpetuar la falta de compromiso de los hombres hacia la crianza de sus jóvenes hijos, explica McBride (1989, p. 15).

Acorde a Brodie (2014, p.33), investigador relevante en el tema, por sobre la etnia, religión o espacio cultural de donde se provenga, los padres son vistos de manera secundaria e ineficiente. En consecuencia, muchos hombres se han sentido condicionados a creer que cuando no pueden contribuir económicamente a sus familias su presencia no es necesaria. Brodie (2014, p.33) sugiere que los estudios actuales elaborados en torno a este tema son escasos y que en realidad el trabajo de ambos padres es crucial para un mejor desempeño y compromiso por parte del padre. De manera que, este estudio señala que una buena relación entre el padre y la madre puede alentar la confianza en el ejercicio paterno.

Al momento de involucrar al padre en el bienestar del hijo es importante considerar el rol de género que juega el padre en esta relación (Brodie, 2014, p.33). Algunos teóricos sugieren que la paternidad es un tema sensible en lo que respecta al modo de aplicación de este rol y que ha sido menos definido socialmente que el rol materno. Un factor que ha sido analizado a profundidad en este tema, es en cuanto al número de horas de trabajo que inciden en el tiempo compartido con los hijos. Un estudio norteamericano reciente demostró que las horas laborables no están estrechamente vinculadas con el involucramiento (McMunn, 2015). Respaldo lo mencionado, otras investigaciones denotan que los padres con ocupaciones

pueden tener un involucramiento mayor al poseer más control sobre sus horarios (McMunn, 2015).

Otro aspecto a considerar, es que durante los últimos años se ha evidenciado un gran crecimiento en el interés público y profesional respecto a la paternidad. Sin embargo, el nivel de involucramiento en la crianza de los hijos no ha aumentado proporcionalmente al interés público y general que se ha manifestado respecto al tema (McBride, 1).

Carente involucramiento del padre en la crianza de los hijos, una muestra de inequidad de género

¿Existe involucramiento del padre en la crianza de sus hijos? "En varias ocasiones, el involucramiento del padre se ve limitado por las madres y se enfoca constantemente sólo en re-establecer una relación de la madre con el hijo" (Brodie, 204, p.35). En un sistema focalizado en la madre, evidentemente se abre un espacio en donde el hombre cuestiona el sentido de su papel como padre. Esta exclusión, puede ser causante del escaso involucramiento que los padres tienen en los núcleos familiares. El incluir tanto a la madre como al padre es fundamental para el bienestar y desarrollo adecuado del niño: "A pesar de la funcionalidad de las familias no tradicionales, la investigación indica que los niños necesitan una madre y un padre para contribuir a su bienestar emocional, psicológico, y el desarrollo social (Inglés et al., 2009, citado en Brodie, 2014, p.35). Lo que demuestra que la colaboración de toma de decisiones y el apoyo en la co-crianza de los hijos, es un aspecto sumamente importante de la vida familiar. Cuando las responsabilidades son compartidas, se incita a que la visión marginada del rol de padre trascienda a una más dual y equitativa. Se

considera que el involucramiento del padre beneficia directamente a los hijos, la actividad paternal se ve influenciada indirectamente por la de la madre; lo que insinúa que, al tener una parentalidad compartida o con una relación de pareja armoniosa resulta en un involucramiento compartido (McMunn, 2015). Otro problema, propone McMunn (2015), es que la mayoría de estudios se focalizaron en la lectura de los padres vista desde una perspectiva materna y se conocía muy poco sobre la paterna.

En parte, las actitudes maternas influyen directamente el involucramiento del padre; se considera que los padres están menos comprometidos en el proceso instructivo de los hijos principalmente en los fines de semana y tiempos de infancia prematura de los niños. Un estudio elaborado a varias parejas, estipula que las madres sobreprotectoras se involucran a sí mismas y limitan las oportunidades de involucramiento de los hombres. Madres con dicha característica suelen monitorear o criticar a los padres cuestionando su nivel de competencia (Gartner, 2007). La cita a continuación afirma esta arbitrariedad antes mencionada y en la que de seguro los roles de género influyen, limitando así el desarrollo de la paternidad:

“En la división social de labores patriarcales la crianza de los descendientes (y de las demás personas dependientes) se asignó como tarea femenina. En la escala de valores sexista lo “femenino” se ha convertido en sinónimo de “despreciable”, “inferior” e “indigno” (siempre según los hombres). Consecuentemente, el cuidado de las personas y de las cosas se ha identificado como discordante e incompatible con lo varonil” (Péter, 2007, p.3).

Se puede identificar que las fuentes utilizadas concuerdan con que el apoyo maternal hacia el padre puede promover y exacerbar sentimientos paternos en el hombre. Sin embargo, varias de las fuentes utilizadas en esta tesis insinúan que la participación e iniciativa materna resulta significativamente mayor en comparación a la del padre. Un ejemplo es un análisis de la sociedad británica en el que se estudió cómo el involucramiento del padre se

correlaciona con el comportamiento del niño, en el que entre sus resultados encontraron que la actividad maternal fue de 81% en el cuidado de hijos de cinco años de edad, mientras que la paterna fue de tan solo 49% (McMunn, 2015, p.15) . Lo mismo que demostró que lo niños en familias en donde el padre tiene más iniciativa hay más probabilidades para los hijos de vivir en ambientes sociales y económicos ventajosos.

Permiso de paternidad por nacimiento del hijo, ¿una herramienta legal para combatir la inequidad?

Si bien es cierto, en cuanto a la paternidad, los aspectos legales tienden a reafirmar la inequidad respecto al reparto de las tareas del hogar y la crianza de los hijos. Una de las herramientas que se propone para combatir este hecho es la extensión de los permisos de paternidad. Si el ausentismo paterno es una de las grandes problemáticas que la figura patriarcal del padre presenta, la atenuación de los estereotipos de género mediante la solicitud legal del padre durante las primeras semanas de vida, puede resultar determinante para reducir las desigualdades de género en contra de las mujeres que todavía persisten en el mercado laboral pero aún se sienten no apoyadas por sus parejas (*Lopez, Manga, Fernández y Poza, 2008, p. 2*).

La extensión del permiso por nacimiento del hijo, al padre, en igualdad de condiciones que la madre, puede ser deseable por varias razones. En primer lugar, podría ser una estrategia útil para alcanzar el objetivo de igualdad de género en el mercado laboral. Resulta valioso considerar la propuesta de López, Manga y Fernández (*2008, p. 13*) que propone una lógica que contempla la equidad de mujeres y hombres en el mercado laboral (igualdad salarial,

promoción profesional, condiciones de trabajo, no existencia de segregación ocupacional, etc.) como directamente proporcional a la equidad de hombres y mujeres en el ámbito doméstico y el cuidado de los hijos.

En segundo lugar, el hecho de que los hombres se involucren en mayor medida al trabajo doméstico y, particularmente, el que participen de forma íntegra en el desarrollo y cuidado de sus hijos, es deseable en sí mismo: “es bueno para los hombres en la medida en que enriquece la identidad masculina, es bueno para los niños ya que es muy positivo para ellos que sus padres les dediquen más tiempo; y probablemente es bueno para la estabilidad de las parejas” (OECD, 2007, pág. 59).

Y en tercer lugar, en varios países (principalmente del primer mundo) el ámbito de los permisos de paternidad constituye una de las primordiales o únicas legislaciones que aún discriminan por razón de sexo, en este caso en contra del hombre. Hook, Seward, Nepomnyaschy, Plantin y Lamni-Taskula (citado en López, Manga y Fernández, 2008, pp.12-14) estudiaron por separado el comportamiento de los padres en relación con los permisos de paternidad en 38 parejas de Texas, 10 000 niños de varias localidades de Estados Unidos, 75 parejas suecas, 1731 padres finlandeses y 20 parejas francesas, respectivamente. Cada uno de los estudios realizados obtuvo una cierta evidencia a favor de la hipótesis sugerente a que el tiempo que los hombres dedican al trabajo doméstico y la crianza de los hijos se reduce cuando existen jornadas laborales extensas y permisos de maternidad largos y, de forma contraria, aumenta ante la disponibilidad de permisos de paternidad para el hombre.

Otro análisis que respalda esta posición es el realizado a la implementación del Icelandic Act on Maternity/paternity and Parental Leave de 2000 que insertó cambios significativos en pos de la igualdad en razones de sexo para considerar la baja por nacimiento, equiparando el derecho de madres y padres. En el año 2007 se llevó a cabo un estudio sobre el impacto de la mencionada ley por parte de Gíslason (citado en López, Manga y Fernández, 2008, pp.5-7). Las conclusiones sugieren que el 90% de los padres hizo pleno uso del derecho al que se habían hecho acreedores. También se explica que hoy más que nunca, más padres juegan un papel activo en el cuidado de sus hijos pequeños. Esta iniciativa islandesa, juntamente con otras medidas tomadas en Alemania y Noruega, de los países más avanzados en equidad de género en el ámbito legislativo, “han servido para equilibrar el estatus de hombres y mujeres en el mercado laboral” (Eydal, 2007, citado en López, Manga y Fernández, 2008, p. 7).

Co-crianza del padre y la madre: influencia en la salud y bienestar de los hijos

Además de las normas existentes en cada país o región es necesario abarcar en este trabajo la importancia de la relación en pareja. Una relación negativa entre ambos padres puede obstruir la participación que posea el padre en la vida de su hijo (Brodie, 2014, p.34). Como resultado de una mala comunicación, este inconveniente podría restringir el acceso del niño con otros familiares. El limitar el contacto del niño con otras personas, quienes podrían servir como modelos, podría alarmar a trabajadores sociales quienes tendrían como opción el determinar si el niño es apto o no para vivir con sus padres, propone Brodie (2014, p.34). A pesar de que las regulaciones y derecho custodiales varían acorde al territorio, toda separación

produce gran reacción en los niños, misma que con el apoyo de otros seres queridos tiene la posibilidad de ser menos traumática.

Por el contrario, el empoderamiento e implementación de una visión más íntegra permite que exista una parentalidad compartida en donde el sistema incluya a los padres en el cuidado de sus hijos. Es importante subrayar el que estudios elaborados han demostrado la magnitud que engloba esta relación de co-crianza por estar directamente conectada como producto de resultados en hijos, antes que en otros aspectos interparentales (Jia, R & Schoppe, 2012). Según Jia y Schoppe (2012, p.2), expertos en el tema, en las relaciones parentales, la madre y el padre que valoran las contribuciones mutuas que hacen, respetan la autoridad del otro, son cooperativos y considerados al momento de interactuar con sus hijos. Cuando existe esta cooperación en la que ambos comparten la instrucción, la calidad y manera de crianza da apertura a una mejora continua en sus comportamientos.

Después de haber enfatizado en la relevancia de la co-crianza como influenciador en el rol de padre, es importante mencionar que el involucramiento del padre también afecta a la co-crianza (Jia, R & Schoppe, 2012, p.3). En otras palabras, ambos aspectos se influyen mutuamente. Incluso, una tesis considera que la participación paterna tiene más impacto en las relaciones de padres cuando ambos viven juntos (Jia y Schoppe, 2012, p.3). Si el padre reside en el mismo hogar de la madre e hijo, cuenta con más oportunidades de participar en la vida diaria de sus hijos y puede garantizar en mayor medida que la relación se mantenga, afirman Jia y Schoppe (2012, p.3). Otras investigaciones que de igual modo quieren clarificar las dimensiones en las que la figura paterna es partícipe vista desde las dos clasificaciones de

padre: los residentes y no los residentes; concluyen que existen muchas variables contextuales que se deberían considerar para llegar a resultados más precisos.

Todos los aspectos mencionados son relevantes para aportar al bienestar familiar. Alberdi y Escario manifiestan que “en los últimos años, de forma gradual, se viene observando que los hombres participan más en el cuidado de sus hijos pequeños y, parece que, en cierto sentido, para muchos hombres jóvenes, la experiencia nueva de la paternidad podría estar contribuyendo a que experimenten un cambio en sus actitudes de género hacia un modelo menos sexista, fomentando conductas más igualitarias en el hogar y en la pareja” (Alberdi y Escario, citado en *Lopez, Manga, Fernandez y Poza, 2008, p. 1*).

Igualmente, las actitudes y comportamientos dirigidos de los padres a los hijos ayudan a mejorar el entorno a la propia salud psicosocial y al crecimiento personal de los padres, asegura Gartner (2007). Lo mismo que confirma que aún cuando han existido cambios significativos en tanto al involucramiento de los padres, dedican menos tiempo en actividades paternales que las madres. Los padres que trabajan más horas tienden a compartir menos tiempo con sus hijos, mientras que normalmente las parejas en las que ambos trabajan, los dos se involucran en el cuidado (Gatner, 2007).

Según Gartner (2007) los padres autoritarios son más distantes emocionalmente y menos disponibles para sus hijos. Esta fuente señala que las perspectivas autoritarias de cómo criar a los hijos puede estar más relacionado con actitudes tradicionales hacia los trabajos domésticos que incluyen el cuidado de los infantes. Es importante el que ambos padres reconozcan que son idóneos para educar a sus hijos y se sientan comprometidos porque

promueve el rol del otro: "Beitel y Parker (1998) reportaron que cuando las madres tenían bajas valoraciones de motivación y habilidades de crianza de padres, estos hombres eran menos involucrados en el cuidado infantil" (Gatner, 2007).

Otro aspecto que es necesario mencionar relevante a la paternidad, es que al parecer el comportamiento de los niños y el de los padres son mutuamente influyentes, lo que apunta a que el padre es capaz de ser parte del proceso de ilustración de los hijos: "En general, los padres son cuidadores muy capaces y competentes, y su participación positiva en la educación de los hijos se asocia con resultados saludables en el funcionamiento social, emocional y cognitivo de los niños desde la infancia" (Lamb, 1986 citado en Gartener, 2007). McMunn (2015), añade que el compromiso paternal es primordial para el desarrollo cognitivo y la preparación escolar recibida.

Los distintos temas expuestos presentaron varias posiciones, críticas y aspectos relevantes al involucramiento del padre que han permitido al lector tener una visión general más clara del tema. Después de tener una perspectiva más palpable de ésta realidad se pasará a presentar la información nacional y explicar el estudio a realizar en Ecuador.

MARCO TEÓRICO NACIONAL

En el Ecuador existe muy pocas fuentes académicas relevantes a lo que la paternidad engloba. Por este motivo se ha decidido recopilar además de las académicas, fuentes bibliográficas con distintas opiniones y testimonios sobre la importancia que posee la paternidad en la cultura ecuatoriana. En primera instancia, es relevante hablar de lo que dichas

fuentes sugieren respecto al significado de ser padre. Management Journal, en su publicación “Cómo ser emprendedor y buen padre” incluye el testimonio de Branson (2013) en el que se sugiere respecto al cómo al intensificar la crianza la experiencia de ser padre puede ser mejorada. Branson (2013), recomienda que considerar el tiempo como un factor primordial para garantizar que una buena relación padre e hijo: “Si les dejas a tus hijos participar en tu vida, tendrás una mejor relación con ellos y gastarás menos energía en preocuparte acerca de lo que están haciendo”. Otro factor importante que el autor destaca en su artículo es el involucramiento del padre en la vida del hijo y la del hijo en la del padre. Se menciona que esta relación proporciona una comunicación bidireccional que permite que ambos se ayuden mutuamente en sus tareas y ésta puede proveer una nueva perspectiva al momento de resolver problemas.

Por otro lado, el Diario la Hora (2004), comenta al respecto de lo es el ser padre y escribe: “Muchas familias siguen aferrándose a la idea de que el padre es el pilar de la casa, el que trabaja fuera y no tiene tiempo para solucionar problemas domésticos ni emocionales. No imaginan a un papá que llegue a las seis de la tarde a casa, para salir a andar en bicicleta o ayudar en las tareas a sus hijos”. Este periódico apunta a una problemática de una sociedad en la que los estereotipos del padre hegemónico siguen predominando. Se cuestiona el que aun cuando para muchas familias el ser padre es substancial el modelo paternal que ha sido impuesto por la sociedad ecuatoriana ha causado conflicto. El querer alcanzar este a ser un padre “ideal” ha limitado las posibilidades para estos comportan y conozcan a sus hijos. Para combatir este conflicto, el Diario la Hora, enumera algunas de las soluciones que podrían

implementarse en el Ecuador; entre estas, esta una medida de tareas divididas que ha sido manejada en los países occidentales. Se explica que, una gran cantidad de mujeres con niños menores de edad tiene trabajos remunerados, lo que permite al padre y a la madre compartir las tareas del hogar. Al mismo tiempo, un equilibrio de roles permite al padre ser más afectivo, impartir sus valores y servir como modelo: “sus hijos pasarán más tiempo con ambos y ustedes serán para ellos un verdadero ejemplo de cómo se pueden compartir las responsabilidades de la paternidad, lo cual será un buen modelo para cuando crezcan y también sean padres” (Diario la Hora, 2004).

A continuación, se presentará ciertos puntos de estudio de la UNESCO que incluye a las distintas realidades latinoamericanas y sus problemáticas. Por este motivo, ha sido relevante destacar esta investigación considerando que aporta una mejor comprensión sobre la exploración de paternidad hegemónica ecuatoriana. En lo que engloba a la importancia de la parentalidad compartida, la UNESCO (2004) elaboró un estudio latinoamericano profundo de la participación de las familias en la educación considerando que, algunas evaluaciones realizadas en la Educación Básica, entre la articulación familia y escuela y mejores aprendizajes en los niños y niñas; el reconocimiento de ambos padres como primeros educadores y, presentando el por qué la familia desenvuelve un espacio privilegiando la educación de la primera infancia. Para esto se exponen varios factores tanto positivos como negativos que han influenciado el ser padres socialmente y se los analiza para recomendar cómo considerarlos contribuye a una participación más íntegra por parte de los padres. Entre las cuestiones discutidas en el análisis es el trabajo como equilibrio para los roles de género

desempeñados por ambos padres:

“el trabajo de ambos padres, la existencia mayoritaria de familias mononucleares o monoparentales, la incorporación de la mujer al trabajo, con el consecuente cambio de roles generados al interior del hogar, el traspaso de parte de ellos a otras instituciones, la mayor escolarización de la población, el acceso a información a través de los medios de comunicación masivos, han generado profundos cambios respecto a las formas de criar a los niños, quienes los crían y en qué consiste dicha crianza” (UNESCO, 2004).

Es decir que, al igual que lo estipulan las dos fuentes ecuatorianas mencionadas, la división de tareas aporta a una mejor comprensión de los roles de padres al igual que al progreso en tanto a las pautas de crianza dirigidas a niños y niñas. Asimismo, otro punto definido en esta investigación es cómo la aceptación del niño como persona con características y opiniones propias ha generado que las familias tengan mejores niveles de autonomía (UNESCO, 2004). Esto y otros factores han logrado que la preocupación sobre el futuro de los niños sea más activa a través de la participación en actividades escolares, talleres externos, entre otros. En sí, esta organización hace énfasis en la relación parental como aspecto necesario para el desarrollo adecuado del niño y el bienestar familiar: “Un ambiente familiar en el que, por ejemplo, no se habla a los niños, se valora la pasividad o se prohíbe tocar objetos, conduce al fenómeno denominado “deprivación sociocultural”, inhibiendo las posibilidades de aprendizaje” (UNESCO, 2004). Por ende, la co-crianza pobre en afecto dificulta el desarrollo apropiado aun cuando existen otro tipo de estimulaciones.

Metodología

El método de investigación utilizado a lo largo de este trabajo ha sido el cuantitativo tras la aplicación de dos encuestas. El modelo de ambas encuestas se encuentra adjunto en la sección de anexos de este trabajo.

La primera encuesta realizada dentro del marco nacional buscó evaluar los efectos de los estereotipos de la masculinidad en la paternidad enfocándose a un público objetivo perteneciente a la clase socioeconómica media y baja del centro de Quito. Esta investigación fue realizada con la intención de tener una visión general respecto al tema dentro de un contexto nacional.

Después, se realizó una segunda encuesta que es presentada en el inciso de investigación con la intención de medir en primera instancia a una muestra representativa del sub-circuito tres de Carapungo, las formas de pensar respecto a la violencia y los prejuicios involucrados en el rol del padre antes de la aplicación de la campaña. Una vez que el proyecto fue aplicado, se realizó nuevamente la misma encuesta para tener los resultados respecto al progreso en la comunidad en torno al tema central promovido por la campaña.

Encuestas de paternidad y maternidad: cuestiones generales de roles de género

Se ha elaborado una encuesta a padres y madres sobre la importancia del rol paterno y materno dentro del núcleo familiar; con ésta se espera tener una mejor comprensión general sobre la manera de pensar de la clase social media y alta de Quito. Algunas de las preguntas elaboradas en la encuesta examinaron lo que el ser *buen padre* comprende y el nivel de

involucramiento que estos padres tienen con sus hijos. Se ha seleccionado a la población desde los 21 años en adelante, como una edad prudente para elaborar la encuesta. No obstante, se ha dividido a las edades en rangos para saber el número de padres que se ha conseguido entrevistar por sección.

A continuación, se elaborará un análisis estadístico y se interpretarán las preguntas de la encuesta. En primera instancia se les solicitó a los participantes que seleccionaran su edad y sexo. Se puede apreciar en los gráficos que la mayoría de padres encuestados están entre los 50 a los 59 años de edad. Por otra parte, es necesario mencionar que hay una pequeña diferencia de género de los entrevistados, siendo que la muestra poblacional cuenta con 10 madres más que padres.

GRUPO DE EDAD		
21 -29	13	20.97%
30 -39	13	20.97%
40 - 49	14	22.58%
50 - 59	18	29.03%
60 O MÁS	4	6.45%
Total	62	100.00%

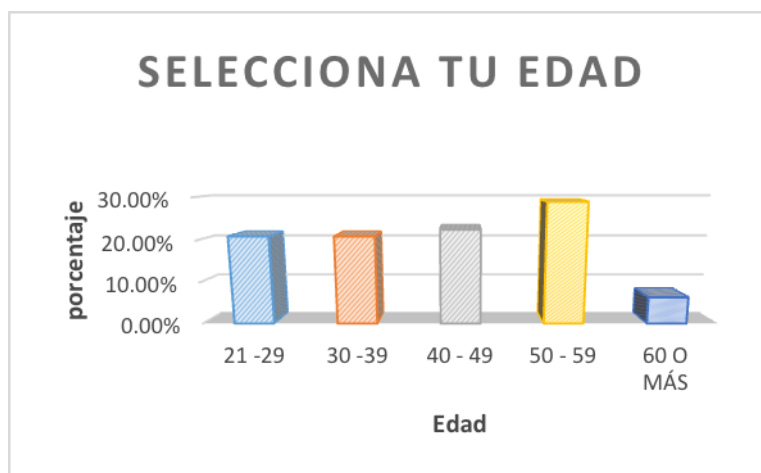


Tabla 1. –Edad

SEXO		
Masculino	36	58.06%
Femenino	26	41.94%
Total	62	100.00%

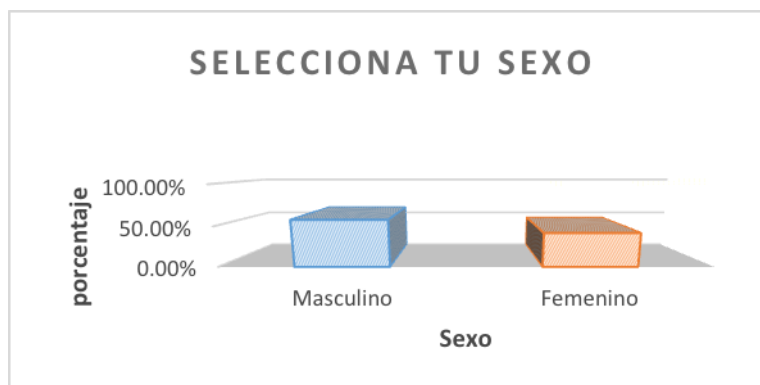


Tabla 2. –Sexo

La tercera pregunta realizada fue si la muestra grupal se considera un buen padre/ madre y los resultados muestran que el 90.3% (56 de los 62) respondieron que sí. Lo apunta a que la mayoría de padres consideran que cumplen con su rol adecuadamente; sin embargo, esta respuesta es subjetiva puesto a que depende de lo que ellos consideren como lo que signifique el ser buen padre. Por esta razón, este estudio se ha planteado elaborar entrevistas a parejas para evaluar dicha cuestión de manera más profunda.

ERES BUEN PADRE?		
Si	56	90.32%
No	6	9.68%
Total	62	100.00%

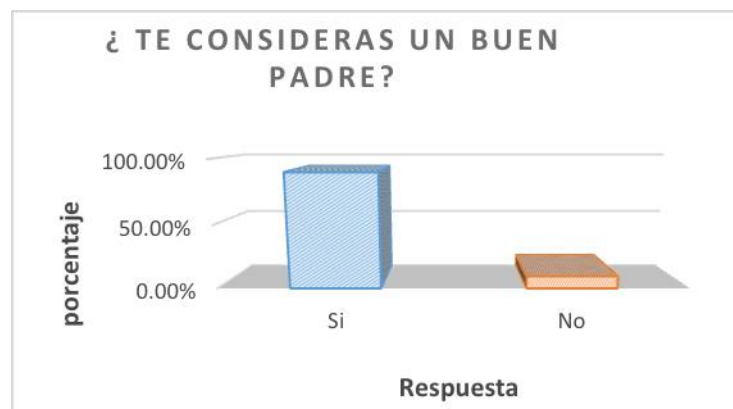


Tabla 3. –Buen padre

En esta pregunta se trata de medir las características y cualidades que las personas que respondieron la encuesta consideran que tiene un buen padre. Estas cualidades han sido seleccionadas por medio de la revisión bibliográfica recopilada para el estudio y mediante el marco internacional escrito en este trabajo. Este literal da la posibilidad de seleccionar más de una respuesta para determinar qué características son más y menos importantes en el medio nacional. Con el 95.08% (58 de 61) se encontró que la característica más importante es el amor que un padre debe dar a un hijo. Mientras que la cualidad menos relevante para ser un buen padre fue el proveer a los hijos con bienes de comodidad con el 37.7 %.



Tabla 4. –Buen padre

Después se cuestionó respecto a quien debería cambiar los pañales del bebé. La mayor parte de muestra indicó que esta tarea debe ser realizada por ambos padres; lo que sugiere que no existe una diferenciación tan grande respecto al género. No obstante, hubo un 4.92%

contestó que únicamente es la madre quien debería cambiar los pañales del hijo. Por ende, se puede decir que existe una tendencia de cierto índice de machismo en tanto a los roles de género familiares. Por otro lado, es necesario resaltar que de las 3 personas que contestaron que la madre debería realizar esta actividad dos fueron mujeres

PAÑALES		
Madre	3	4.92%
Padre	0	0.00%
Ambos	58	95.08%
Total	61	100.00%

Gráfico 5. –Cambiar pañales

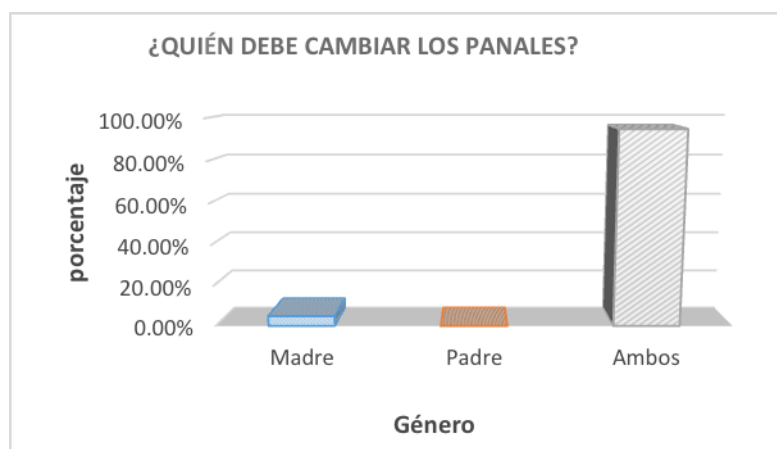


Gráfico 6. –Madre pañales

Se procedió a evaluar qué rol paternal se considera más importante y se encontró que el 87.1% piensa que tanto el padre como la madre son trascendentales en la crianza de los

hijos. El porcentaje restante (12.9%) señaló que el rol materno desempeña una función más necesaria. Dentro del grupo de personas que dijeron que el rol maternal es más importante 6 de 8 eran mujeres; lo nuevamente expone una división sobre los roles de género. Para complementar esta pregunta se indagó sobre la razón por la que se cree que un rol puede ser más importante que el otro. Todos quienes respondieron la pregunta señalaron que la habilidad es el motivo por el cual un rol es más predominante; en este caso vendría a ser la madre.

ROL PREDOMINANTE		
Madre	8	12.90%
Padre	0	0.00%
Ambos	54	87.10%
Total	62	100.00%

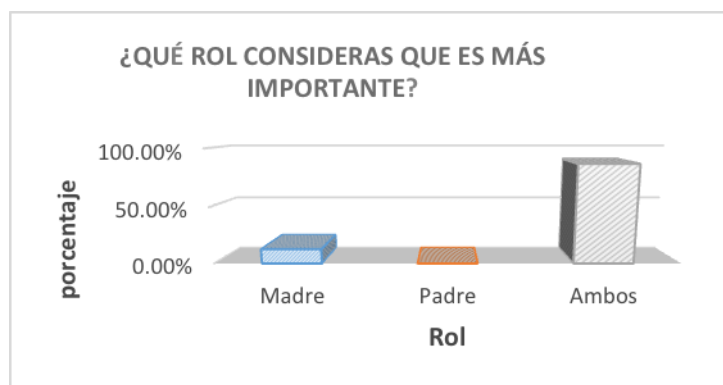


Gráfico 7. -Rol predominante

MOTIVO DE PREDOMINANCIA		
Por Fuerza	0	0%
Por poder económico	0	0%
Por género	0	0%
Por Habilidad	10	100%
Total	10	100%

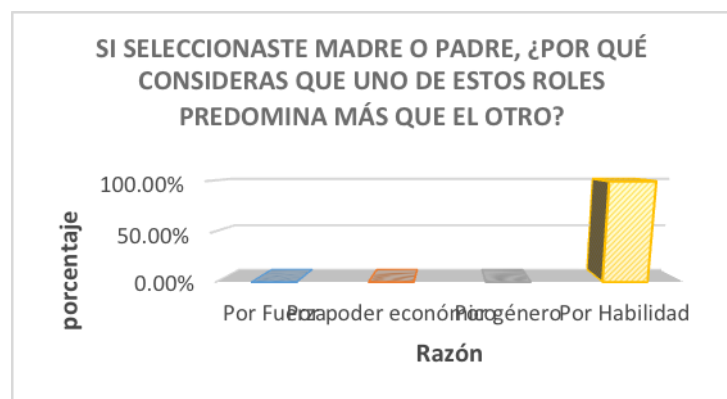
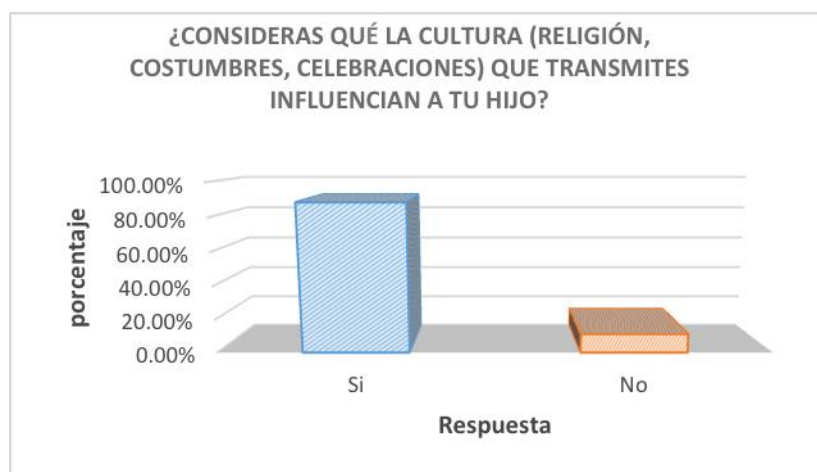


Gráfico 8. -Género predominante



Gráfico 8. –Género materno predominante

Esta investigación quiere determinar hasta qué punto la cultura incide en el rol de padres; por lo que se ha incluido una pregunta sobre si se piensa que la cultura es relevante al momento de ejercer la paternidad y la maternidad. Como se esperaba, se halló que 88.71% consideran que la cultura influencia en la crianza de los hijos.



AFECTA LA CULTURA?		
Si	55	88.71%
No	7	11.29%
Total	62	100.00%

Gráfico 9. - Cultura en hijo

Finalmente se buscó entender el si el padre debe ser una figura autoritaria y quien provea los fondos económicos al hogar. Se descubrió que el 67.74% confirmo lo contrario; sin embargo, a pesar de la minoría corresponde a menos de la mitad de muestra poblacional (32.26%), la cantidad es considerable. Esto demuestra que aún existe la visión hegemónica en la que el padre es quien tiene el poder lo que podría estar conectado con lo que Salguero (2006), experto en relaciones parentales, sugiere que la gran mayoría en el género masculino atraviesan día a día a un proceso de aprendizaje continuo de estereotipos de género, los mismos que se caracterizan por factores como la agresividad, la violencia, la autoridad y el ejercicio del poder.

PADRE DEBE SER FIGURA AUTORITARIA		
Si	20	32.26%
No	42	67.74%
Total	62	100.00%

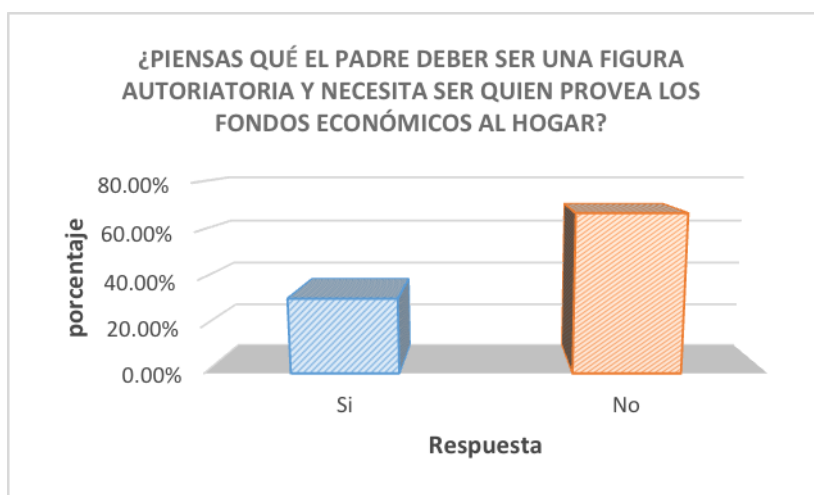


Gráfico 10. –Figura paterna “ideal”

Este primer análisis estadístico ha permitido señalar ciertas problemáticas sociales sobre la manera de percibir los roles de género en la paternidad y maternidad; se reconoce la necesidad de seguir empleando una observación más detallada para llegar a conclusiones más precisas. Por ello, el siguiente paso de esta tesis será evaluar a padres casados y divorciados a través de entrevistas que permitan hacer un contraste respecto a las diferentes formas de sobrellevar el círculo familiar y el rol que el padre ejerce en ambos casos. También se emplearán entrevistas a padres con hijos de distintas edades para concebir si el involucramiento paterno es distinto en las diferentes etapas de niño.

CAMPAÑA POR UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA, PAPÁS EN ACCIÓN

Tema de campaña

Tras una profunda investigación realizada tanto a nivel nacional como internacional, esta tesis ha implementado una campaña que ha llegado a activar a la paternidad. El tema que ha sido escogido para ser tratado en este estudio es cómo los efectos de los estereotipos de masculinidad son vistos en la paternidad. Este proyecto ha intervenido en la re-estructuración de la masculinidad tradicional, proponiendo modelos masculinos menos estereotípicos para generar una sociedad con más fraternidad y equidad. Se pretendió comunicar dicha problemática por medio de un plan de acción que buscó generar conciencia e involucramiento por parte de los padres dentro de las familias.

Nombre de campaña

Considerando el enfoque escogido el nombre seleccionado para la campaña es: “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción”.

Logo



Gráfico 11. –Logo

Antecedentes

Existe una preocupación en torno a los índices de violencia a nivel nacional e internacional. Recientes estudios realizados por la Policía Nacional y el Ministerio del Interior efectuados en el 2016, revelan alarmantes estadísticas respecto a la violencia intrafamiliar y violencia de género. Como se ha demostrado, los datos levantados a nivel nacional muestran que los varones continúan siendo los principales promotores de violencia a nivel social, por lo que se califica como primordial intervenir en el tema de masculinidad.

A menudo, el concepto de masculinidad se asocia con patrones patriarcales, violentos, sexistas, no emotivos, autoritarios, distantes y ausentes en el hogar (Jia, R & Schoppe, 2012, p.3). Además, visto desde este ángulo, se considera al padre únicamente como el proveedor económico y no afectivo o emocional en la familia. Estos factores perpetúan comportamientos violentos a nivel familiar, laboral, y social.

La campaña “Por Una Vida Libre de Violencia” lanzada en el año 2016 por la Delegada Viceministro de Seguridad Interna, Diana Espinoza y la general Ivonne Daza, directora nacional de Policía Especializada para Niños, Niñas y Adolescentes (DINAPEN); tiene como objetivo disminuir los índices de violencia de género y la violencia intrafamiliar a nivel nacional. Esta campaña busca intervenir en la reconstrucción de la masculinidad tradicional, con modelos no discriminatorios, para lo que se ha diseñado una nueva fase de la campaña de la mano de la Universidad San Francisco de Quito, con las estudiantes Jael Pepinós y Lizeth Larrea en conjunto con el respaldo de Marcelo Montenegro, director de Comunicaciones de la Policía Nacional. Esta alianza se ha dado con el fin de enfocarse en la

paternidad ya que la primera influencia que tiene el niño para conformar su personal concepto de masculinidad es el padre (Péter, 2007, p.1).

Ahora bien, si la paternidad es la que se encarga de concebir, dar identidad, cuidar, alimentar, educar, transmitir valores y patrones de comportamiento, desarrollar afectividad e integrar en una comunidad (Thurler & Santa, 2009, p. 2), todas estas acciones se verán afectadas por la ideología del padre. Es decir, si el padre presenta comportamientos machistas, autoritarios, violentos, impulsivos, intolerantes, no afectivos y agresivos en el hogar, éstos influenciarán la identidad, valores, comportamientos e integración del niño en la comunidad. Esto da como resultando la construcción de comunidades con altos índices de violencia, tanto intrafamiliar, como de género. En este marco, se ha decidido buscar formas de llegar a la comunidad y aumentar su grado de conciencia en este tema.

Justificación

Partiendo de la realidad expresada anteriormente surge el deseo de generar un cambio en la situación de la violencia generada en las familias. La lucha en contra de la violencia podrá ser atacada en distintos niveles al fomentar una paternidad activa, responsable y consciente. Se insta, para avanzar firmemente hacia un mundo más justo el tratar los prejuicios que limitan a los padres en tener un involucramiento equitativo y compartir los roles en el hogar.

Particularmente, se ha tratado el tema en respuesta a una investigación cuantitativa y varias actividades propuestas en la campaña “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en

Acción". El análisis cuantitativo mostró que los padres expresaron una dificultad clara para cumplir con su rol paternal e involucrarse en la vida de sus hijos. Es así como lo anterior impulsó a la creación de una estrategia comunicacional como solución a disminuir los índices de violencia y fomentar una paternidad activa en la que se logró comprender a profundidad la problemática para proveer herramientas necesarias para su progresiva transformación.

Existe una preocupación en torno a los índices de violencia a nivel nacional e internacional. Varios estudios realizados revelan alarmantes estadísticas respecto a la violencia intrafamiliar y violencia de género. En el 2010 aproximadamente 4 de cada 10 niños, niñas y adolescentes entre 5 y 17 años recibieron un trato violento de sus padres por cometer un error o no obedecer, declaró el Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia (2017). Por esto, es necesario aclarar que, la iniciativa pretende reducir la violencia conectándose de manera personal con la población. El concepto de padres comprometidos busca incidir positivamente en la población del barrio de Carapungo, específicamente en el sub-circuito número 3.

La motivación principal para crear la campaña fueron las múltiples críticas promovidas por medios de comunicación respecto a cómo la inseguridad ha atentado ante las personas de la comunidad. Por un lado, medios como El Comercio, El Telégrafo y La Hora han publicado noticias en relación a delitos, agresiones, e incluso muertes llevadas a cabo como episodios que suceden con frecuencia. El caso de una pequeña niña no fue la excepción y El Comercio anota: "En el informe que entregó al rector de la institución se detalla que no era la primera

vez que sucedían esas escenas de violencia. Otras veces, su padre utilizaba una correa o un cable para castigarla" (Medina, 2015).

Otro de los motivos principales para implementar este proyecto ha sido las estadísticas encontradas sobre la violencia intrafamiliar producida como consecuencia de factores tanto endógenos como exógenos, sugiere Proaño (2015, p.10). Por ejemplo, a nivel local, esta psicóloga considera que los prejuicios y la falta de espacios de convivencia han desencadenado violencia y exclusión social dentro de la comunidad (Proaño, 2015, p.11).

Como en otros sectores delimitados de Quito, Proaño (2015, p.15) explica que la delincuencia, el expendio de drogas, y el consumo de alcohol son parte de la realidad de Carapungo; en consecuencia ha generado intranquilidad en las calles y otros espacios públicos de la zona. Asimismo, otro de los factores principales para comenzar con ésta iniciativa se debe a que el tiempo de convivencia entre familias es limitado tomando en cuenta que en la mayoría de hogares ambos padres trabajan además de las grandes distancias a la que se encuentra por lo general los lugares de estudio de los niños (Proaño, 2015, p.14).

Como Proaño destaca, al ser Carapungo característico de una de las zonas con más violencia en el Ecuador, se ha decidido implementar la propuesta en dicha área. Es inevitable señalar que, al ser reducido el tiempo de convivencia familiar, en muchas ocasiones el líder del grupo al que los jóvenes de la comunidad pertenecen es quien termina por ejercer el rol de padre, comprobó Proaño (2015, p.10) después de un estudio profundo a la población.

Se pretendió educar e incluir a la población respecto a cómo un involucramiento constante de padres es vital para generar identidad y patrones de comportamiento responsables en hijos. Sin embargo, se reconoció la necesidad de seguir empleando una observación más

detallada para llegar a conclusiones más precisas con relación a los cambios efectuados dentro del barrio de Carapungo. Por ello, como paso final de ésta tesis se ha vuelto a emplear el mismo análisis cuantitativo realizado antes de la iniciación de la campaña para poder evaluar los cambios existentes luego de su aplicación.

Ahora se presentará el desarrollo de la campaña “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción” bajo el contexto de Marketing Social, en el que se mostrará el proceso de ejecución, implementación, y resultados de las actividades que comprendió.

Objetivos

Objetivo general

Promover una paternidad activa y libre de estereotipos para disminuir los índices de violencia en el circuito 3 de Carapungo.

Objetivos secundarios

Esta iniciativa tendrá la intención de trabajar principalmente en alcanzar los siguientes objetivos:

1. Evaluar los índices de violencia intrafamiliar y su relación con la ausencia del padre.
2. Promover el involucramiento paterno en la crianza del niño y aumentar la participación del padre en un 5%.
3. Disminuir un 5% los estereotipos masculinos violentos y otros estigmas sociales presentes en el rol paterno.

4. Involucrar al 60% de los padres de familia del sector en actividades comunitarias que promuevan una paternidad activa y libre de estereotipos.

Público Objetivo

El público principal de la campaña fueron padres de entre 20 y 45 años de edad que viven en el circuito 3 de Carapungo. Como público secundario se considera a los padres de circuitos geográficamente aledaños, es decir, el circuito número 1 y número 2. Además, en tercer lugar, se considera como público indirecto o complementario a los hijos que también participaron en las actividades con sus respectivos padres, o a quienes se compartió la información a forma de boca a boca. A continuación, se realizará una explicación detallada respecto a las características demográficas y psicográficas de este sector de la población.

Análisis Demográfico

El presente análisis demográfico toma en consideración tres aspectos como ejes de contenido: el territorio de la población, la dimensión o tamaño de la población, y la tendencia estructural (sexo, edad, estado civil, nivel económico y educacional).

A nivel **territorial**, Carapungo es parte de la parroquia Calderón, ubicada en el centro de la provincia de Pichincha a 2660 metros sobre el nivel del mar, al norte de la meseta Guanguiltagua, cercana a la línea que divide ambos hemisferios, la línea equinoccial. Sin embargo, Carapungo cuenta con una vasta extensión, por lo que se encuentra fraccionada en circuitos zonales por parte de la Policía Nacional. Tomando dicha estructuración, se

seleccionó el circuito número 3, que comprende desde la avenida Galo Plaza Lasso y se limita al este por el Vergel.

Por otra parte, la **dimensión** del público objetivo se refiere al número de personas que residen normalmente en el territorio geográficamente delimitado. La parroquia Calderón cuenta con 3300,000 habitantes, en consecuencia, por la vasta población que conforma la parroquia se decidió ubicar el foco poblacional de la campaña en un específico circuito de Carapungo. El circuito 3 cuenta con un promedio de 200 familias y 700 habitantes (Proaño, 2015, p. 11).

Adicionalmente, la **estructura** de una población es la clasificación de sus habitantes según variables de persona. Según las Naciones Unidas, estas variables son: edad, sexo, estado civil, lugar de nacimiento, nacionalidad, lengua hablada, nivel de instrucción, nivel económico y fecundidad (Naciones Unidas, 2014). Aplicando este estándar al análisis del públicos de la campaña, ésta se dirigió principalmente a personas entre 25 y 45 años, de sexo masculino y femenino, casados, mayormente nacidos en Ecuador, de habla hispana, habiendo cursado la primaria y de nivel socio-económico medio-bajo.

Análisis Psicográfico

La segmentación Psicográfica divide el mercado en grupos basados en las características de clase social, el estilo de vida y personalidad social. Se basa en el supuesto de que tipos de productos y marcas que un individuo compra, reflejarán a las personas que características y pautas de vida tienen. (Social Media, 2013). A menudo, estas bases

consideran: actividades de interés, opiniones comunes, actitudes, valores y comportamientos. Para realizar esta descripción se utilizará una herramienta denominada “perfil psicográfico”, en el que se describe una persona que represente al público objetivo.

Modelo psicográfico

Juan Reyes,

Juan es un hombre casado de 36 años, de clase media. Es comerciante de profesión, tiene un pequeño negocio tipo bazar, desde el 2006, en el que vende artículos varios de papelería y víveres básicos. Vive en la entrada de Carapungo, en un departamento que arrienda para vivir con su esposa y sus tres hijos. Su esposa, Julia, trabaja como empleada doméstica y tiene 30 años. Por otra parte, Bryan, su hijo mayor, tiene 9 años y estudia en la Unidad Educativa Luxemburgo, cerca de su casa. De la misma manera, Anita de 7 años estudia en el mismo plantel y sueña con ser enfermera. Por último, Danielito, de cinco años, va a entrar al jardín de infantes que está al lado del UPC de Carapungo. Todo cerquita de la casa.

Juan juega ecuó voleibol todos los fines de semana, le gusta apostar con sus amigos y ganar. Además, juega fútbol una vez al mes en la liga barrial en la que se inscribió con la familia de su esposa. Le gusta escuchar la radio, y mira televisión regularmente. Además, en las elecciones presidenciales del pasado mes, votó por el partido socialista de izquierda porque considera que se debe considerar especialmente al sector popular de la población. Valora la justicia y le da mucho valor a la palabra, piensa que un “macho que se respeta, siempre cumple su palabra”.

No se involucra mayormente en el quehacer doméstico, la cocina no es para él, los pañales los cambia la mamá, pero le gusta ser padre. Aunque no comparta mucho tiempo con sus hijos, asume que los pequeños entienden que él los ama y por eso les da todo lo necesario en términos económicos para que vivan.

Producto comunicacional

Se buscó como parte de las estrategias para promover los objetivos de la campaña realizar un producto comunicacional. Después de una extensa evaluación de costos con proveedores y empresas de branding, el producto seleccionado fue un esfero ejecutivo. El proveedor con el que se gestionó la producción de esferos fue también la persona que se encargó del diseño personalizado que fue seleccionado para alinear visualmente el material con la imagen de la campaña.

Se decidió que este segmento del proyecto se llevará a cabo únicamente con el nombre de "Papás en Acción", puesto a que la organización de Policía Nacional posee un código normativo estricto que no permite ningún tipo de intervención económica aun cuando ésta sea sin fines de lucro. Por lo que, las coordinadoras de la campaña, Jael Pepinós y Lizeth Larrea, decidieron llevar a cabo la venta del producto de forma independiente.

Los fines económicos para los que se utilizó el dinero recaudado permitieron compensar los costos de las iniciativas llevadas a cabo como parte del plan de "Por una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción". Lo que ha sido detallado más adelante en el inciso de presupuesto. Por otra parte, el dinero restante será donado a futuras actividades que se realizarán con el fin de seguir promoviendo los objetivos de la campaña. Cabe recalcar que la

campana seguirá siendo manejada por las actuales coordinadoras y que el dinero quedará en manos de Fernando Tipán, vocero de esta iniciativa y líder representante del barrio y del Coronel Haro, en representación del distrito de la Policía Nacional de Carapungo.

Redes sociales

Respecto a la estrategia digital que se desarrolló, ésta contó con tres herramientas: Facebook, Twitter e Instagram. Éstas fueron creadas la segunda semana de febrero. Además, ya que el tema de padres e hijos lleva una gran carga emocional en sí misma, se utilizó una estrategia emocional para conectar con los padres. Se compartieron videos humorísticos, emotivos y de entretenimiento para llegar a las audiencias e involucrar a los padres. Después, se conectó la emocionalidad con la racionalidad al incluir mensajes estadísticos y relativos a la legislación ecuatoriana para darle más fuerza a la campana.

El hashtag principal que se utilizó fue #papásenacción, ya que motiva a los padres a actuar, siendo éste el objetivo de la campana. Más adelante, a medida que se incluía material referente a las inequitativas leyes del Código de la Niñez o estadísticas, se utilizó los hashtags #equidad #nomásstereotipos, los cuales están relacionados con la liberación de estereotipos, segunda sección del objetivo general. Por último, ya que en la última fase de la campana se trabajó respecto a la vinculación de la masculinidad y los patrones violentos, lo cual, consecuentemente relaciona a la paternidad con la violencia; se incluyó el hashtag #porunavidalibredeviolencia.

Considerando el público objetivo al que se dirigió la campana, se seleccionó a Facebook como principal herramienta de difusión digital para la iniciativa, contando con 3

publicaciones semanales en promedio. En segundo lugar, se utilizó Twitter, aplicación en la que se publicaba diariamente con el fin de promover la campaña en otros contextos demográficos y psicográficos. Además, considerando que la dinámica de Twitter es distinta y requiere publicaciones periódicas para lograr notoriedad, se realizaron publicaciones diarias. Por último, se utilizó Instagram para difundir material visual relacionado con la campaña. A continuación, se detalla la estrategia utilizada y contenidos difundidos en cada una de las redes sociales de la campaña.

Facebook

En Facebook se obtuvieron 1100 seguidores y un alcance de 20 000 personas semanalmente. Cabe recalcar que una de las principales ventajas es que nuestros seguidores en línea son activos off line también. Es decir, acuden a los eventos que se promueven desde la página de facebook.

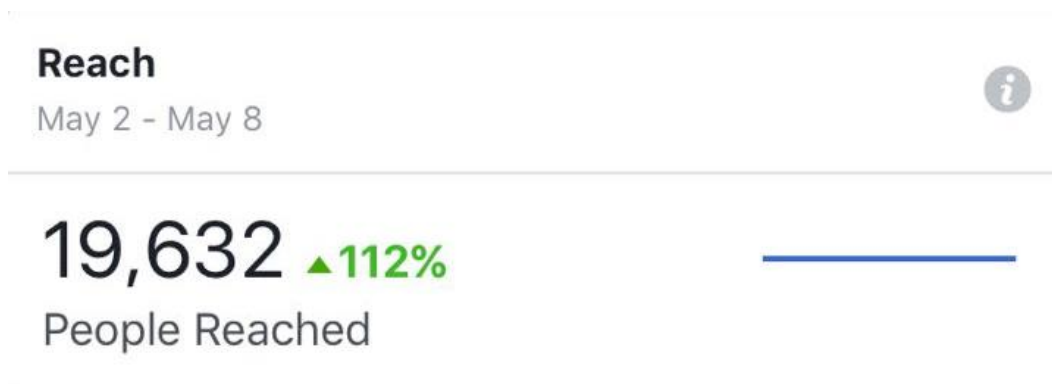


Gráfico 12. –Alcance Facebook

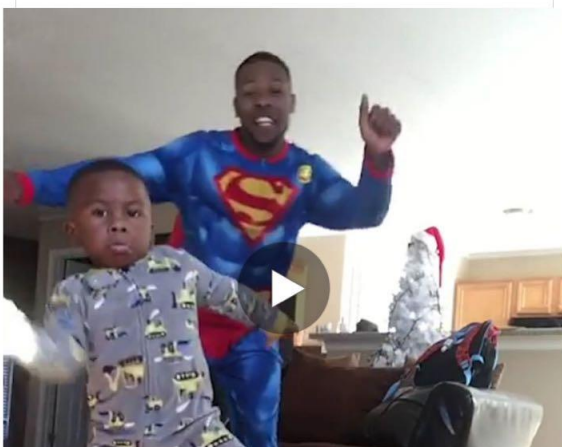
Respecto al manejo de contenidos, la página de Facebook se inició publicando videos de padres e hijos que compartían actividades juntos. Estos videos eran en su mayoría graciosos, ya que se encontraba a padres intentando bailar ballet para pasar tiempo con sus hijas, o teniendo clases de hip-hop con sus bebés en brazos. El objetivo de la campaña ha sido promover una paternidad activa y libre de estereotipos desde el inicio, y en la estrategia inicial de Facebook se enfocó el contenido en la primera sección del objetivo: promover una paternidad activa. Mediante experiencias de otros padres, se motivó a que nuestros seguidores sean #papásenacción.

Además, se procuró asociar a la paternidad con diversión, creatividad, alegría, gracia y diversidad. Es decir, que no se vea a la paternidad como una carga, sino como un viaje exploratorio lleno de cosas por descubrir, un viaje que es distinto para cada padre. Se mostraron padres albañiles, deportistas, cantantes, bailarines, empresarios, balletistas, raperos, blancos, negros, morenos, entre otros. Todo esto con el fin de exponer a la paternidad como un espacio abierto para que el padre se desarrolle y motive sin necesidad de cubrir un estereotipo.

Stanley es un **#papáenacción!** Él compartió su pasión con Josiah, su hijo y juntos tienen un canal de YouTube en el que muestran sus movimientos mientras cantan el abecedario o aprenden a sumar. Stanley también trabaja por una paternidad activa y libre de estereotipos! **#pasión #amor #hijos #rappadrehijo**

INSIDER
Yesterday at 12:37 PM · 🌐

This adorable father-son duo has serious moves. 🍷



Un canguro, tu hijo y suavecito para abajo.



Gráfico 13. –Publicación Facebook

A continuación, se propusieron contenidos sobre tips de paternidad. Contenido más lógico, cognoscitivo para persuadir a otro tipo de padres, y comprometer a nuestros seguidores con la causa. Después, se vinculó la causa con el activismo que se realizó, una petición a la asamblea Nacional para restituir el derecho de ambos padres en la crianza del hijo. Los mensajes que se emitieron fueron similares al que se muestra a continuación:

Finalmente, se promovió el evento de cierre y se dio un realce al impacto del festival cuando se divulgó la aparición en medios de comunicación del evento de cierre. El post inicial que se divulgó en redes como el mostrado en la imagen de la derecha, arriba.

masculinidad menos violenta y más involucrada en la crianza de los hijos, hoy realizamos una petición en la Asamblea Nacional del Ecuador. #papásenacción #porunavidalibredeviolencia #inclusionciudadana #equidad



Papás en Acción
Publicado por Jael Pepinós Arcos [?] · 4 de mayo a las 20:32 · 🌐

Padres!! Llegó la hora de compartir con nuestros hijos y jugar a ser científicos 😊!

#papásenacción #porunavidalibredeviolencia

1.301 personas alcanzadas [Ver resultados](#)

Me gusta Comentar Compartir

Dejar un comentario [Orden cronológico](#)

Gráfico 14. –Publicación Facebook 2

Twitter

Inicio Sobre nosotros ¿Tienes cuenta? [Iniciar sesión](#)

Papás En Acción
@papas_en_accion
Se unió en abril de 2017
6 fotos y videos

TWEETS 28 SIGUIENDO 508 SEGUIDORES 554 ME GUSTA 475 [Seguir](#)

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

Papás En Acción @papas_en_accion · 7 may.
Se solicita padres con ganas de cambiar el mundo para asistir al Festival #papásenacción @PoliciaEcuador @coparental_ec @papaxsiempre

¿Nuevo en Twitter?
¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!
[Regístrate](#)

Tendencias: Global

Gráfico 15. –Twitter

En la estrategia de Twitter, se entablaron relaciones con otras páginas de Twitter que comparten una similar perspectiva al promover la valoración de la figura parental masculina como Coparentalidad_EC, Papás por Siempre, Custodia Compartida y Co-crianza. Esta alianza permitió que el número de seguidores aumente por sobre las 550 personas que siguen a papás en acción en Twitter.



Gráfico 16. – Publicaciones

Twitter

La información que se difundió en esta red social fue de carácter cognoscitivo. Es decir, información que apelaba al razonamiento lógico del público. Presentando datos estadísticos, problemas a nivel psicológico que los niños desarrollan por el abandono o ausencia del padre,

al igual que Información relativa a las irregularidades legislativas que presenta la Constitución del Ecuador en torno a la parentalidad, la co-crianza y los sesgos de carácter sexista que se han podido apreciar en el Código de la Niñez y la Adolescencia, y en otros órganos judiciales.



Además, se compartió información sobre las iniciativas off line de la campaña . Entre las publicaciones más populares, se encuentra justamente la invitación al festival Papás en Acción, el cual fue el evento de cierre de la campaña.

Instagram

Gráfico 17. – Publicaciones Instagram



En Instagram se recolectó más de 200 seguidores tras las 49 publicaciones que se realizaron. La estrategia implementada para Instagram se concentró en la difusión de imágenes y videos que por un lado vinculen la figura paterna masculina con conceptos como entretenimiento, diversión y dinamismo para dejar de visualizar la paternidad con hastío o de forma despectiva. Por otro lado, al igual

que en Facebook, se enfatizó en la diversidad de masculinidades tanto a nivel socio-económico, cultural, racial y psicográfico.

Esto quiere decir que se divulgó contenido gráfico que tomó en cuenta a varias minorías para sacar de la caja la idea del padre perfecto, modelo, blanco, adinerado, de mucho poder, con descendencia “noble” y alta estatura. Sino, más bien, empoderar a los padres para que ejerzan su masculinidad, y por ende su paternidad, liberándose de varios estereotipos que usualmente son dañinos para el bienestar familiar y el desarrollo de la masculinidad.



Cabe recalcar también, que, en el caso de Instagram, el utilizar varios hashtags y etiquetar a grupos de interés para la campaña, fue una de las acciones que más potenció el crecimiento de la página. Por ejemplo, se enfatizó en la alianza de Papás en Acción con Quito SKA Jazz, el restaurante Yanoleden, el Museo Interactivo de Ciencia y la Policía Nacional.

Además, se evidenció de gráficamente el vínculo de la campaña con medios radiales y programas televisivos.

Medios

Se han utilizado varios medios de comunicación con el propósito de difundir el proyecto de “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción” y a continuación se presenta un listado de los mismos y el clipping de medio con el valor ahorrado.

MEDIOS DE DIFUSIÓN	
RADIOS	Platinum
	Quito
	Sucesos
	Hot
	HCJB
	Cero Latitud
	CCE
	Pichincha
PRENSA	Metro
WEB	Radio Sucesos
	Cero Latitud
	Ministerio del Interior
TV	RTU

Tabla 1. –Medios

	MEDIO	TIPO	PROGRAMA	ENTREVISTADOR	DURACION	COSTO
RADIOS	Platinum	Entrevista	Noticiero Ecuadoradio	Gonzalo Ruiz	15 minutos	\$649,8
	Quito	Entrevista	Regresando con Andrés Carrión	Andrés Carrión	15 minutos	\$649,8
	Sucesos	Entrevista	Frente a la Vida	Juan Humpierre	15 minutos	\$513
	Hot	Entrevista	En boca de tres	Paolo Muñoz	20 minutos	\$880
		Entrevista	Cocktail de Fuego	Wilson Hinojosa	3 minutos	\$132
		Mención	Las estrellas son de Fuego	Wilson Hinojosa	1. 30 minutos	\$66
	HCJB	Entrevista	HCJB Noticias	Edwin Chamurro	20 minutos	\$547,2
	Cero Latitud	Entrevista	Comunidad Informa	Carlos Hidalgo	20 minutos	\$630
	CCE	Entrevista	Hablando Claro	Geovany	15 minutos	Gratis
Pichincha Universal	Entrevista	Punto Noticias	Ramiro Carrillo	10 minutos	\$150	
PRENSA	Metro	Publicación	Noticias	Bianca Ricaurte	1 día	\$230
WEB	Radio Sucesos	Publicación	Con Cierto Sentido	Ramiro Díez	1 día	\$330
	Cero Latitud	Publicación	Contenido	Cero Latitud	1 día	\$250
	Ministerio del Interior	Publicación	Noticias	Ministerio del Interior	1 día	Gratis
TV	RTU	Entrevista	El Informativo	César Alarcón	10 Minutos	\$3600
TOTAL						8625.8

Tabla 2. –Clipping de medios

Cuña de radio

Se ha incluido dentro de la cuna de radio un breve introducción sobre el por qué es necesario una paternidad activa en todo núcleo familiar y seguido a esto, una explicación sobre todas las actividades que se han elaborado para promover la paternidad y educar a la población de Carapungo respecto a la temática de violencia y cómo manejarla. La cuna creada ha tenido el propósito de difundir el cierre de la iniciativa a través de distintos radios con las que se ha programado citas a futuro. Además, la cuna de radio, tendrá también el objetivo de comunicar que el segmento de papás en acción en unión con la Universidad San Francisco de Quito se ha terminado y que la campaña inicial propuesta por la Policía y el Ministerio de Interior, "Una vida libre de Violencia continuará.

Vocero

El vocero y impulsador de la campaña es Fernando Tipán es un académico reconocido por varios méritos entre estos como magister en gestión de proyectos socio productivos, coordinador de proyectos sociales, motivador de coaching y docente universitario. Estos reconocimientos a lo largo de la aplicación de la campaña han podido ser evidentes por el liderazgo profesional que ha demostrado. Por un lado, su estudio y coordinación en proyectos ha garantizado el éxito y alcance al que se ha llegado. Además, el ser coach ha permitido a Tipán conectarse con la población de Carapungo a profundidad y entender cómo trabajar con las necesidades de la población con el fin de disminuir la violencia y mejorar la unión familiar. Finalmente, el ser maestro, ha estado presente en la cantidad de conocimientos que ha instruido y en la forma dinámica en la que los ha puesto en escena.

A lo largo del trabajo que se ha elaborado en conjunto con la Policía Nacional, el licenciado Tipán ha sido un gran apoyo e influencia en la construcción de todas las actividades que se han realizado. Se ha encargado de ser la voz de “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción” tras promoverla en los alrededores de sub-circuito 3 de Carapungo. Ha ayudado en la organización y delimitación de los lugares que se han utilizado como escenarios que han funcionado como medios incentivar a la audiencia y crear un impacto para dar a conocer el mensaje de cómo disminuir la violencia con una paternidad activa. Por otro lado, se encargó de invocar a otros líderes de distintas zonas del barrio y de ayudar con la entrega de invitaciones para los distintos talleres realizados. La seguridad, ante todo ha sido un aspecto vital para el crecimiento de la campaña ofrecida por parte de los servicios de la policía, pero operada a través del vocero para que ésta haya podido ser aplicada en forma estratégica.

Además, como padre de familia Tipán ha sido el modelo de muchos padres mostrando una imagen responsable por medio de su participación constante en la que ha demostrado ser comprometido, honrado y sobre todo un papá consciente y dispuesto a retroalimentarse. Esto ha generado un impacto positivo que ha invitado a tomar una nueva dirección para muchos de los padres colaboradores, asistentes y miembros de la policía. Por lo que, se ha podido dar un seguimiento que obtenido un mayor alcance en donde se logrado que el rol de padre sea concientizado y haya buscado formas de retroalimentarse para ser aplicado con más eficacia en el hogar.

Finalmente, este exponente ha sido la voz que se ha encargado de animar y moderar acontecimientos llevados a cabo, lo que ha permitido mantener un orden e interés por parte de las participantes y colaboradores de la campaña. Por este motivo, se decidió que fuera él

quien fuese proyectado en la cuña de radio que se elaboró con la intención de explicar en resumen en todo lo que ha consistido “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción” y sea difundido en medios de comunicación.

Activismo

A manera de antecedente, cabe mencionar que tras varias semanas de contacto con la comunidad mediante la campaña, fue evidente la preocupación que varios padres sufren debido a la legislación ecuatoriana en torno al ámbito parental tras un divorcio, ya que se privilegia de forma íntegra a la madre de familia al momento de entregar la custodia del niño. Numerosas denuncias se han realizado alegando la inconstitucionalidad que representa el privilegiar la tenencia materna (El Telégrafo, 2017). Es por esto que como activismo se decidió realizar una petición a la Asamblea Constitucional, específicamente a la directora de la Asamblea, Gabriela Rivadeneira. El fin de la petición fue solicitar que, en pos del bienestar del niño, se consideren a ambos padres con igual importancia y protagonismo en la crianza de menores de edad.

Actualmente, en el artículo 106 del Código de la Niñez y la Adolescencia se instituye:

Art. 106.- Reglas para confiar el ejercicio de la patria potestad.- Para confiar la patria potestad en los casos previstos en el artículo 325 del Código Civil, el Juez, luego de oír al adolescente, al niño o niña que estén en condiciones de expresar su opinión observará las siguientes reglas:

- 1.- Se respetará lo que acuerden los progenitores siempre que ello no perjudique los derechos del hijo o la hija.
- 2.- A falta de acuerdo de los progenitores o si lo acordado por ellos es inconveniente **para el interés superior del hijo o hija de familia, la**

patria potestad de los que no han cumplido doce años se confiará a la madre, salvo que se pruebe que con ello se perjudica los derechos del hijo o la hija.

3.- Tratándose de los hijos o hijas que han cumplido doce años, la patria potestad se confiará al progenitor que demuestre mayor estabilidad emocional y madurez psicológica y que estén en mejores condiciones de prestar a los hijos e hijas la dedicación que necesitan y un ambiente familiar estable para su desarrollo integral.

4.- **Si ambos progenitores demuestran iguales condiciones, se preferirá a la madre**, siempre que no afecte el interés superior del hijo o la hija.

Congreso Nacional, 2014

Como se puede apreciar, la preferencia hacia la madre en el artículo 106, apartados 2 y 4, es innegable. Esta medida representa un proceso de discriminación de género negativo hacia los padres, quienes no son juzgados por sus habilidades, antecedentes y capacidades; sino por ser hombres y en este caso, ésta específica cualidad les califica como menos capaces para la crianza.

“El Código de la Niñez y la Adolescencia (CNA) ecuatoriano se encuentra rezagado en relación a otros países de América Latina” (El Universo, 2017). El CNA, actualmente, refuerza el estereotipo del padre proveedor y la madre criadora. Incluso, motiva la disputa entre padres por los hijos, en vez de promover una corresponsabilidad como sugiere la Constitución. Entre las reformas que se deberían reconsiderar para precautelar el bienestar del niño y los derechos de ambos padres son: la corresponsabilidad parental, las pensiones alimenticias, la rendición de cuentas de la utilización de esos fondos, y los regímenes de tenencia.

En consecuencia, y tomando en cuenta todos los antecedentes antes mencionados, la petición que se realizó a la Asamblea Nacional, se solicitó comedidamente que se “considere de manera más profunda la importancia del rol del padre en la Constitución y otras instancias legales” ya que la promesa de la Constitución es cimentar un país con políticas soberanas, incluyentes y no discriminatorias.



Gráfico 18. –Activismo

Activación BTL

Las tres activaciones consistieron en una comunicación no convencional en las que se pretendió difundir la campaña de forma creativa. El objetivo principal fue el conectarse con la gente emocionalmente y al mismo tiempo proveer un espacio divertido para el público. Por otro lado, se aprovechó los tres BTL como medio para potenciar el impacto en redes y responder preguntas e inquietudes de nuestro público objetivo respecto a la campaña. En otras

palabras, dicho espacios enriquecieron el modo en que la campana era percibida se logró posicionar el tema central de fomentar una paternidad activa y como consecuencia disminuir los índices de violencia intrafamiliar.

El primer BTL se desarrolló en el centro comercial "Condado Shopping" y sus alrededores. Para su realización se solicitaron los permisos necesarios con la administración con una semana de anticipación. Este centro comercial fue escogido al ser el más cercano al barrio de Carapungo. Se consideraron espacios públicos estratégicos para lograr tener un mejor alcance con la iniciativa. Uno de los escenarios principales fue la planta baja en donde por razones internas, el mall decidió colocar letras gigantes con la palabra "papá" y "esperanza". Por este motivo, este fue un punto clave para tomar fotos y promover la involucración del padre dentro del núcleo familiar.





Gráfico 19. –Fotos BTL

La segunda activación se realizó dentro de la Universidad San Francisco de Quito a la entrada del Hall principal. Para este día se elaboró un marco de fotos con las letras de papás en acción para invitar a los estudiantes y profesores a tomarse fotos y explicarles más sobre los objetivos de la campaña. Se les explicó a los estudiantes que, aun cuando la iniciativa era principalmente dirigida a padres, ellos como hijos desempeñan también un rol fundamental para mantener un equilibrio y bienestar dentro de sus familias. Se pudo notar que la gente se sintió muy a gusto al participar con BTL y disfrutaron al haber intervenido.





Finalmente, se decidió elaborar la última activación el día en el que se elaboró el evento final. Esto se debe a que, se deliberó que las personas quienes asistieran y no conocieran sobre la campaña o para quienes no tenían en claro respecto a lo que se buscaba promover a través de la campaña.

Gráfico 20. –Fotos BTL2



"Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción", pudieran hacerlo en un espacio en donde compartieran con sus familias. Esta actividad diseñada como apertura del evento logró llamar la atención de otra gente quienes se cuestionó sobre las familias quienes se encontraban tomando fotografías y suscitó el que muchas otras fueran parte tanto del BTL como del evento.



Gráfico 21. –BTL3

Eventos

A lo largo de la campaña se realizaron tres eventos. El primero fue “Informe para ser un papá en acción”, en donde se invocaron a los miembros del sub-circuito tres de Carapungo

a una charla informativa sobre la campana. Después, se elaboró “Wings & Music”, un concierto de recaudación de fondos en el restaurante Yanoleden en compañía de la banda Quito SKA Jazz. El segundo evento fue el Festival Papás en Acción, un espacio comunitario y gratuito en el que padres e hijos interactúan, comparten y aprenden gracias a los insumos del Museo Interactivo de Ciencia.

Infórmate para ser un papá en acción

El evento informativo se llevó a cabo durante una asamblea comunitaria en la que se socializó con los líderes del barrio el proyecto que se planificó en Carapungo. Mediante esta actividad, se buscó el involucramiento de líderes de opinión en el barrio para que sean ellos los principales difusores de la causa. En primera instancia, se mostraron los resultados de la encuesta realizada, ya que se buscaba concientizar respecto a la necesidad que tiene el barrio de trabajar en torno a los estereotipos de género en la masculinidad y la paternidad. A la vez, se enfatizó en las estadísticas en torno a los índices de violencia para aumentar el compromiso de los padres con la campaña. Por último, se realizó un foro abierto en el que cada persona explicaba sus principales preocupaciones, observaciones y aportes. De esta manera, las directoras de campaña pudieron tener más cercanía con los líderes comunitarios y a la vez entender sus necesidades de forma más profunda.



Gráfico 22. – Foto evento informativo

Wings & Music

El objetivo del primer evento fue realizar una recaudación de fondos para la Fundación “Ser Libre”, institución con la que se trabajó en el desarrollo de dos de las capacitaciones de la campaña. Teniendo este objetivo en mente, se realizó esta actividad el día 20 de abril de 2017 mediante la gestión de dos alianzas estratégicas.

La primera alianza fue con la banda Quito SKA Jazz, la cual cuenta con cinco integrantes, músicos que interpretan y componen música fusión entre jazz y ska. Estos jóvenes

músicos decidieron sumarse voluntariamente a la campaña. Todos ellos son varones y cada uno de ellos contaba con una conexión personal y cercana hacia la paternidad. Ya que, o bien eran padres, o bien se enfrentaron con figuras paternas ausentes y violentas a lo largo de su vida. Consecuentemente, la banda Quito SKA Jazz decidió apoyar la campaña al donar su espectáculo de forma gratuita en pos de la difusión de la iniciativa.

La segunda alianza estratégica fue con el bar restaurant Yanoleden, se realizó contacto con los dueños del local para acordar un convenio en el que se pudiese utilizar sus instalaciones para el desarrollo del evento de forma gratuita, sin embargo, el beneficio que el bar recibiría es el aumento de visitantes y el consumo de cada uno de los asistentes al evento.

La difusión del evento se realizó mediante la entrega de invitaciones físicas y digitales. Se difundió la estrategia en redes sociales con el siguiente arte en el que consta una foto de los integrantes del grupo y los detalles del evento.

En la programación se disfrutó de un concierto de una hora con tres intervenciones verbales en las que se enfatizó el propósito y motivaciones de Papás en Acción. Los asistentes pudieron disfrutar de alitas acompañados de música de alta calidad y mensajes positivos en torno a la paternidad.



Gráfico 23. – Promoción evento

Finalmente, el monto recaudado en el evento fue \$200. Los cuales se destinarán al desarrollo y continuación de la fundación “Soy Libre”, dirigida por Diego Vizcaino y enfocada en la difusión de mensajes positivos y la concientización sobre problemáticas de carácter social con jóvenes.

Festival Papás en Acción

Una vez que la comunidad fue capacitada y se mantuvo en contacto con la campaña, se realizó un evento con la intención de promover el tiempo compartido entre padres e hijos. el objetivo del segundo evento fue llevar la teoría a la práctica y crear un espacio donde se promueva una paternidad activa y libre de estereotipos. Con este fin, tres organizaciones

unieron esfuerzos y en un ejercicio sinérgico, cada organización colaboró de diferente manera para finalmente, reunir a más de 300 familias con el lema de Papás en Acción.

Para la realización del festival se contactó al Museo Interactivo de Ciencia. Ésta institución colaboró con la campaña brindando sus juegos interactivos y piezas del museo que están diseñadas para niños y adolescentes. Con la ayuda de la Policía Nacional se llevaron estas piezas interactivas y se las ubicó en el ex-cuartel de la policía. Además, se invitó a la comunidad, colegios y escuelas a formar parte de una tarde de juegos para compartir entre padres e hijos.

Entre las actividades del evento se encontró un photobooth, la entrega de globos de papás en acción, el museo interactivo de ciencia móvil, un show de canes que la Policía Nacional proveyó y juegos varios para que niños y padres se involucren. Además, se internalizó el nombre de la campaña por medio de juegos y dinámicas en las que los niños pedían a sus padres que sean papás en acción.

La difusión del evento se realizó de dos formas. A nivel local se contactó a los líderes comunitarios para que ellos se contacten con sus líderes de opinión aliados y éstos inviten a su comunidad más próxima. Además, se enviaron invitaciones a los principales planteles educativos. Por otra parte, en redes se difundió el evento mediante el siguiente arte:



Gráfico 24. Promoción festival Papás en Acción

Capacitaciones

Para una concientización más profunda en la comunidad sobre la importancia de un padre participativo para que disminuya la violencia, se realizaron tres capacitaciones dentro del barrio de Carapungo. Para esto, tres oradores expertos y tres actores colaboraron con la iniciativa en distintos puntos estratégicos que fueron escogidos dentro de ésta comunidad. A continuación, se detalla cada uno de los cuatro talleres.

1. Aprendiendo a ser padre en el siglo XXI

La primera capacitación se realizó el 15 de Marzo en la Cooperativa Puertas del Sol y fue guiada por el doctor Marco Albuja. Una persona con gran influencia social y con conocimiento de la materia de bienestar familiar. En esta capacitación, se contó con la presencia de 160 personas miembros de la cooperativa. La cooperativa decidió involucrarse activamente y proveyó de sillas, carpa y sonido para la capacitación, la Policía Nacional, guiados por el teniente Valencia, proveyeron de apoyo logístico y más sillas. Las estudiantes Jael Pepinós y Lizeth Larrea se encargaron de conseguir al orador y proveer servicio de transporte para el mismo.

La temática de la capacitación giró en torno a los desafíos que representa ser padre de un millennial en el siglo XXI y cómo se puede hacer frente a cada uno de éstos desafíos de la mano de una buena comunicación y amor para criar hijos con valores, conscientes del cuidado de sí mismos, y del conocimiento de sí mismos. Además, se enfatizó en las alarmantes estadísticas que se suscitan dentro de los hogares, la cantidad de abusos sexuales, psicológicos y simbólicos que suceden dentro del círculo familiar y cómo a menudo estas conductas se encuentran ligadas a padres ausentes que no han desarrollado un vínculo empático con sus hijos

2. Papás en acción positiva

La segunda capacitación fue dirigida por Susana Cervantes, experta en educación y aplicación de iniciativas a comunidades, quien dio una conferencia en la Asamblea Comunitaria que se llevó a cabo en el ex-cuartel de la policía frente al parque de la juventud el

día 17 de Marzo. Esta capacitación se dirigió exclusivamente hacia los líderes barriales, quienes son de gran influencia y entes difusores de ideas hacia el resto de personas que conforman la comunidad. Este taller contó con la presencia de 40 personas, un número más reducido, pero que permitió tener una interacción e intercambio de ideas más profundo con los asistentes. La capacitación se planificó para una hora, sin embargo, debido al interés de los padres con el tema, se quedaron entablando un diálogo comunitario liderado por la experta, durante tres horas.

Ésta charla encaminó el tema de papás en acción hacia papás en acción positiva. Reforzando el propósito de la campaña. Mediante gráficos, preguntas, intercambios de ideas, asociación de imágenes y conceptos, se explicó la importancia de un desarrollo comunitario. Esto fue relevante para el desarrollo y crecimiento de la campaña para que cada padre comprenda que no basta con cuidar de su hijo, sino que deben convertirse en embajadores comunitarios que promuevan una paternidad activa en sus compañeros y vecinos, ya que sus hijos no se encuentran aislados de su comunidad, sino que éstos se ven influenciados y a menudo, afectados por su ambiente.

3. Papás en acción, por una vida libre de violencia

La capacitación se presentó en el Colegio Luxemburgo, ubicado en Carapungo el día 25 de Marzo y estuvo dirigida principalmente a los padres de familia. El orador fue el Dr. Tipán, un experto en coaching y bienestar familiar, quien se encargó de realizar una explicación que comenzó respecto al significado de violencia y a los distintos factores que pueden desencadenarla. Para lo que, utilizó varias imágenes y ejemplos tradicionales con los

que la audiencia pudiera sentirse identificada. Después, se procedió a mostrar las repercusiones negativas en el núcleo familiar que pueden ser generadas a raíz de ser un proveedor de violencia.

Posterior a su explicación, se interpretó de manera teatral con la organización "Soy libre", algunas de las consecuencias producidas dentro de las familias como parte de decidir utilizar la violencia para resolver conflictos. Esta fase de la capacitación fue substancial para lograr involucrar al público. Fue así como, de manera representativa se expuso a la ausencia del padre como generador de violencia en distintos contextos en los que el mensaje terminó por conmover y hacer llorar a algunos de sus espectadores.

Finalmente, para lograr un nivel de conciencia más elevado en el público se presentó soluciones viables para las familias presentes en torno a cómo resolver este tipo de conflictos o evitarlos. Como cierre, el Dr. Tipán colocó una grabación en la que se relataba una historia de cómo un papá dio su vida por salvar la de su hija. Al finalizar la charla, los padres presentes se pusieron de pie y mostraron sentirse muy satisfechos con el contenido expuesto.

4. Hijos en acción, por una vida libre de violencia

La última capacitación se realizó el día jueves 4 de mayo de 2017 y sirvió para socializar el tema en la Universidad San Francisco de Quito. En ella se contó con cuarenta personas de sexo femenino y masculino de entre 18 y 23 años de edad. Se inició con una obra de teatro musical de carácter jocoso en el que de una manera fresca y divertida se ejemplificó las consecuencias de vivir una vida fundamentada en la violencia, tanto de género como

intrafamiliar. En la obra de teatro se utilizaron un sin número de canciones contemporáneas que se coordinaban con la actuación y se complementa una letra con otra.

Luego de tratar respecto a la violencia, el círculo vicioso que esta puede representar y sus posibles consecuencias, se direccionó el tema hacia la violencia familiar. En dónde se evidenció el cómo los estereotipos de género negativos desencadenan en impotencia, frustración y violencia intrafamiliar. Finalmente, se sugirió el cómo los hijos también tienen parte activa en el ciclo de la violencia y cómo desarrollar estrategias para detener dicho círculo vicioso.

Organización beneficiaria

Se ha realizado una alianza estratégica con la fundación "Ser Libre" puesto a que se dedica principalmente a capacitar jóvenes y crear en ellos una cultura de responsabilidad que los dirija en una toma de decisiones responsable. El objetivo principal de esta organización es motivar a su público a tener un juicio ético y equilibrado tras brindarles las herramientas necesarias para lograr desarrollarse de modo íntegro en su entorno social.

"Ser Libre" fue seleccionado puesto a que a pesar de que los jóvenes son un público secundario de "Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción", se busca generar también conciencia en quienes serán los futuros padres del barrio de Carapungo. En este sentido, se llegó al acuerdo en donde la fundación participó como parte de las capacitaciones mencionadas dentro de este informe. Se pretende continuar con proyectos en los que se comparta el generar una cultura de responsabilidad aumentando la conciencia respecto a la violencia existente en Quito.



Gráfico 25. –Capacitaciones

Investigación

En primera instancia, para poder evaluar el índice de violencia que existía en esta comunidad en específico, se elaboró una encuesta al sub-circuito 3 de Carapungo. Se encuestó a 100 personas de entre 18 y 64 años de edad, todos habitantes del circuito número 3 de Carapungo. El 50% de los encuestados fueron hombres y el 50% mujeres. Una vez obtenidos los resultados estadísticos de la primera encuesta, y después de haber aplicado la campaña en la comunidad, se realizó una segunda encuesta con el fin de contrastar el estado inicial de la población, con el resultado final, después de realizada la encuesta. Ambas muestras, la de la primera y segunda encuesta, comparten en gran cantidad las mismas personas. Sin embargo, aunque un pequeño grupo de la muestra varió, todos los encuestados forman parte de la población, no alterando la credibilidad del muestreo.

Con los resultados obtenidos en la encuesta se procedió a realizar un informe estadístico que muestre la tendencia respecto a la violencia intrafamiliar existente antes de la campaña y después de la misma. Todo esto con el fin de comparar ambos estudios y verificar la eficiencia que ha tenido el contenido manejado en “Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción”.

La encuesta contó con 13 preguntas, las cuales serán expuestas y detalladas a continuación:

Pregunta 1: ¿Has experimentado violencia alguna vez?

Para tener una clara percepción de la cantidad de personas que se han enfrentado a eventos violentos, se preguntó a la muestra si habían experimentado violencia. En ambas encuestas, en la inicial y la final, el resultado fue similar, es decir, no varió. Por lo que se decidió colocar ésta preguntas con un resultado global que incluya la primera y segunda encuesta. Sin embargo, al analizar los resultados en función de género, se identificó una diferencia. Por lo que a continuación se encontrará dos cuadros, el uno referente a las respuestas de mujeres y el otro a las respuestas de los hombres.

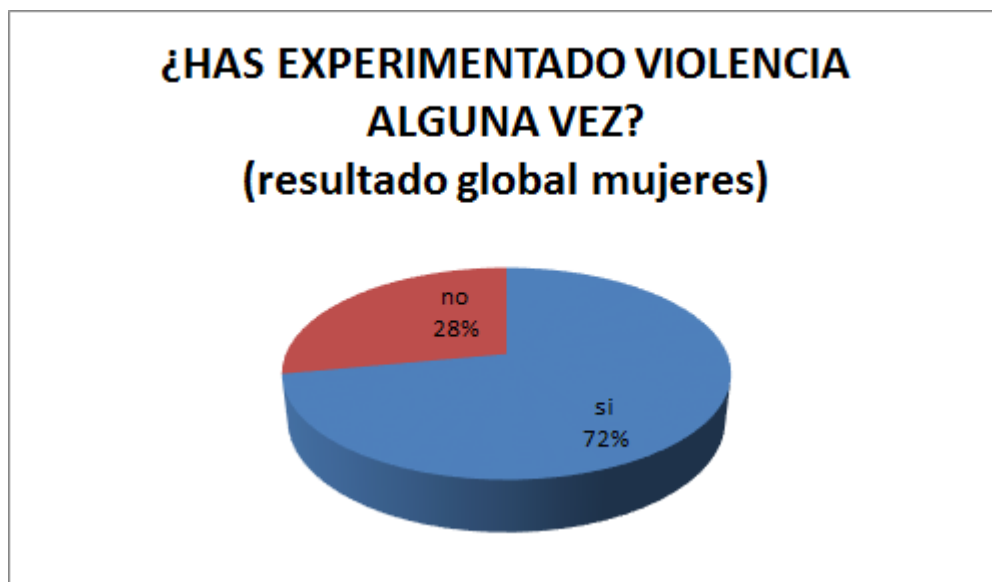


Gráfico 26. -P1 mujeres

Como se puede apreciar en el pastel, la media de mujeres que sí han sido víctimas de experiencias violentas es del 72%. Esto quiere decir que casi las tres cuartas partes de las mujeres de la comunidad ha sufrido de abusos violentos. Volviendo explícito el hecho de que la violencia se encuentra normalizada hasta cierto punto en las prácticas de la comunidad.

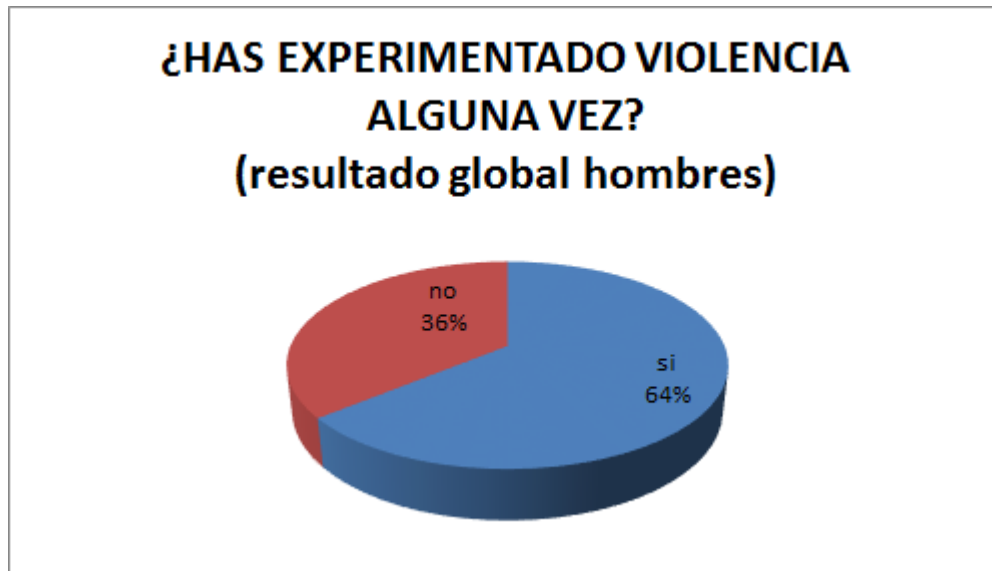


Gráfico 26. -P1 hombres

Por otra parte, el 64% de los hombres también ha sufrido experiencias violentas. A pesar de que el porcentaje está 8 puntos por debajo del índice de las mujeres, también supera el 50% y refuerza la idea de que los comportamientos violentos se encuentran de continuo en este segmento poblacional.

Pregunta 2: ¿Consideras que la violencia viene más del género masculino o femenino?

Los porcentajes de respuesta a la pregunta número dos en ambas encuestas mantuvo su tendencia. Es decir, no hubo ningún cambio en la encuesta inicial y final, en ambos casos los encuestados afirmaron en su mayoría que el género masculino es el principal promotor de violencia. A continuación, se presentan cuadros globales, que representan a ambas encuestas.



Gráfico 27. –P2 mujeres

En el caso de las mujeres, el 92% afirma que los comportamientos violentos provienen frecuentemente del género masculino. Esto frente a un 8% que afirma de forma contraria que proviene principalmente de las mujeres.



Gráfico 28. –P2 hombres

La perspectiva masculina ante este hecho difiere un poco de la opinión femenina, ya que sólo el 70% afirma que la violencia proviene en mayor manera del género masculino. Un 16% de los hombres encuestados sugieren que la violencia se genera más desde las mujeres y un 14% considera que ambos sexos son promotores de violencia por igual.

Pregunta 3: ¿Tu padre alguna vez te ha agredido?

Después de haber indagado respecto a la violencia en términos generales, se direccionó el tema hacia la violencia intrafamiliar. Considerando el principal target de la campaña, los padres, se decidió determinar la conexión entre la violencia y la paternidad por medio de ésta pregunta.



Gráfico 30. -P3 mujeres

El 40% de las mujeres ha sido agredida por su padre en alguna ocasión. Si antes se mencionó que el 72% de las encuestadas fue víctima de algún episodio violento, el 40% de esos episodios fue por parte de sus propios padres.

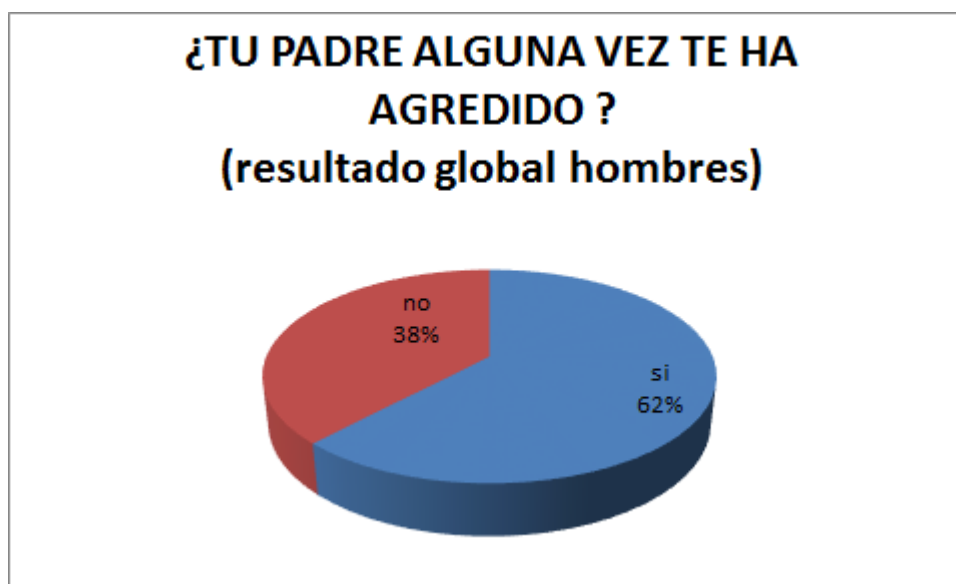


Gráfico 31. -P3 hombres

Un hecho particular que vale recalcar es que en este específico caso, los hombres de la muestra han sido agredidos por su padre. Esto es 22 puntos por sobre el índice de las mujeres en esta misma pregunta. Lo cual muestra que, si bien los varones son los principales perpetradores de violencia, no sólo las mujeres son víctimas de este hecho.

Pregunta 4: ¿Ser violento es sólo agredir físicamente?

Ahora bien, era fundamental reconocer qué es lo que la muestra considera violencia y además determinar si el concepto de violencia se encontraba únicamente ligado a la violencia

física. Ya que no todos los contextos se han familiarizado con el concepto de violencia psicológica, intelectual o simbólica.



Gráfico 32. – P4

En la presente pregunta se notó que, en la encuesta inicial, el 32% de los encuestados, incluyendo a hombres y mujeres, consideraban que la violencia se refería únicamente a violencia física. Este resultado motivó a incluir de forma activa y permanente los tipos de violencia en las capacitaciones, para de esta manera socializar y tornar consciente los diferentes tipos de violencia a los que podemos encontrarnos sometidos.

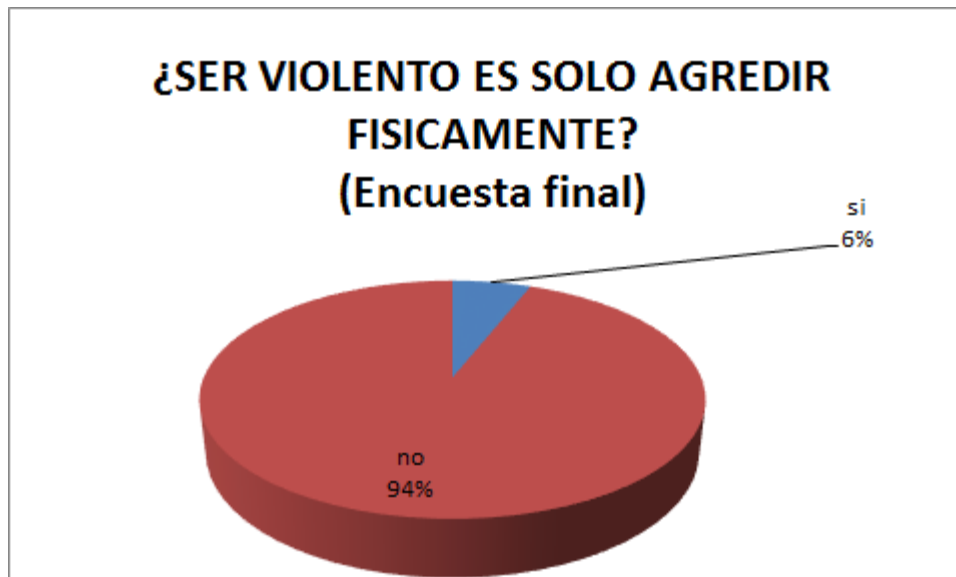


Gráfico 33. – P4

Como se evidencia en el cuadro de arriba, hubo una diferencia de 26 puntos después de la campaña. Un 26% más de la muestra reconoce ahora que la violencia no se manifiesta únicamente de forma física, pero también de forma psicológica, intelectual y simbólica. Lo cual representa un logro para la campaña porque quiere decir que en la actualidad, el 94% de la muestra entiende sobre estos otros tipos de violencia.

Pregunta 5: ¿Debería ser solo el padre quien da el dinero a la familia?

Más adelante en la investigación, se investigó respecto a un estereotipo que a menudo es muy tradicional y usual encontrar. Se trata de la teoría que sugiere que el varón es el único proveedor del hogar o que es únicamente el proveedor de la casa a nivel económico, pero no afectivo, emocional o de seguridad. Esta estadística no cambió entre la encuesta inicial y final, por lo que se exponen solamente cuadros globales. Por otra parte, existe cierta distinción entre

hombres y mujeres, ya que más mujeres que hombres consideran que sólo el padre debería ser el proveedor económico de la casa como se muestra más adelante.



Gráfico 33- P5

El resultado estadístico muestra que el 14% de las mujeres encuestadas sugieren que la figura masculina de la casa es la que debería ser la única proveedora del hogar, es decir el hombre.



Gráfico 34. – P5

Por otra parte, solamente el 10% de los varones comparten este pensamiento. El otro 90% expresó no concordar con esta idea.

Pregunta 6: ¿La madre de familia de su hogar trabaja?

Existe un contraste particular entre la pregunta número 5 y la pregunta número 6, ya que a pesar de que entre el 90% y el 86% de la muestra considera que el hombre no debería ser el único proveedor del hogar necesariamente, el 62% de las madres de familia de los hogares de los encuestados no trabaja como se muestra a continuación.



Gráfico 35. -P6

Esta inconsistencia evidencia que, en la actualidad, en la ideología de la comunidad se han realizado ciertos cambios en pos de la liberación de estereotipos y la equidad, sin embargo, en la práctica, en el diario vivir, se siguen perpetuando comportamientos machistas, discriminatorios y estereotípicos.

Pregunta 7: ¿Debería un padre ser violento para ser el jefe de hogar?

Respecto a la pregunta número 7, ésta se refiere a un constructo ideológico, no práctico. Se les consultó a los colaboradores si un padre debiera ser violento para ser el jefe de hogar. Los resultados mostraron que el 100% de la muestra considera que un padre no debe ser violento para ser el jefe de hogar. Esto, tanto en la encuesta inicial, como en la final, sucede de la misma manera.



Gráfico 35. – P6

Cabe mencionar el contraste que representa el hecho de que toda la muestra concuerde con que un padre no debe ser violento, sin embargo, como se mostró en las anteriores preguntas, alrededor de las tres cuartas partes de la población han sufrido tratos violentos y el 60% de ellos son propiciados por padres.

Pregunta 8: ¿Cree que el tipo de modelo paterno y materno que llevan es machista?

En esta pregunta no se evidenció un cambio entre la primera y segunda encuesta. Por lo que sólo se muestra un cuadro global. Sin embargo, hubo una clara diferencia al considerar por separado las respuestas de hombres y mujeres.



Gráfico 36. –P8 hombres

Como se observa en el gráfico, tomando en cuenta únicamente la opinión masculina, el 80% de los encuestados consideran que el modelo paterno que se ejerce en el hogar no es machista. Sin embargo, al considerar únicamente a las mujeres, el 46% considera que se aplica un modelo paterno machista en su casa.



Gráfico 37. –P8 mujeres

Pregunta 9: ¿Qué rol consideras que es más importante entre madre y padre?

A continuación, se consultó cuál de los dos roles consideraban más relevante en el entorno familiar, el padre o la madre. Inicialmente, la población pensaba que el rol más relevante era el de la madre con un 36%, considerando el total de las encuestas.

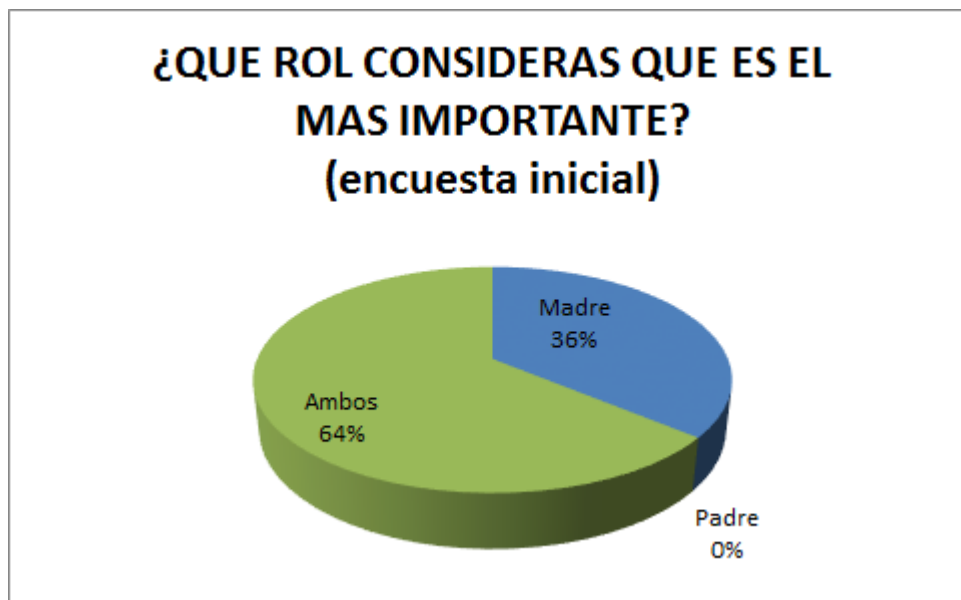


Gráfico 38. –P. 9 Rol más importante

Como se puede apreciar, el otro 64% sugiere que ambos roles son igual de importantes.

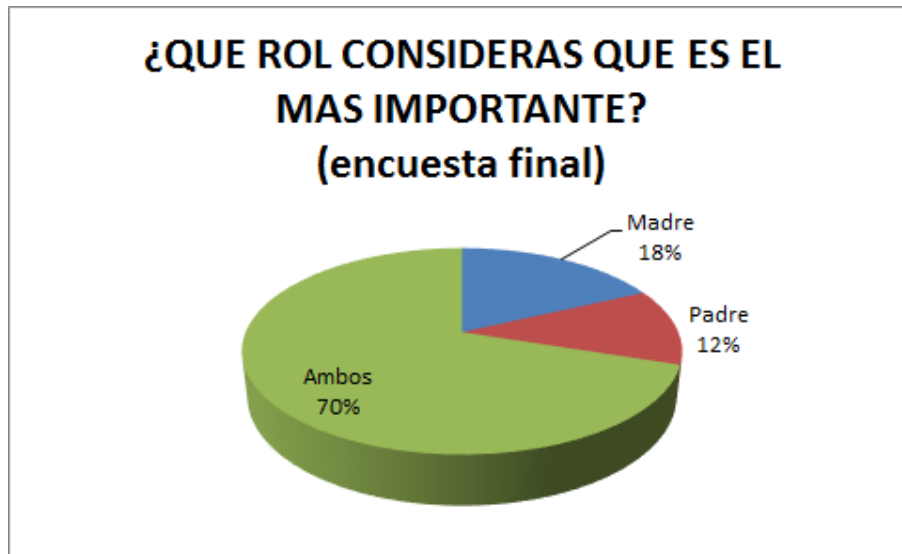


Gráfico 39. -P.9 Rol más importante

Sin embargo, luego de haber realizado la campaña, el porcentaje de quienes consideran a ambos padres con el mismo nivel de importancia subió un 6%. Adicionalmente, un 12% considera ahora, que el padre desempeña un rol más relevante en el círculo familiar y ante los hijos.

Pregunta 10: Si seleccionaste madre o padre ¿Por qué consideras que uno de estos roles predomina más que el otro?

La pregunta número diez es un complemento para la pregunta anterior, del porcentaje que afirmó que papá o mamá son más importantes, un 42% afirmó que es debido al género. Lo cual denota una discriminación, no necesariamente positiva, en base al género. En segundo lugar, se encuentra el 18% que considera que es debido a la habilidad. Es decir, consideran que, por ser padre, o madre, se tiene ciertas habilidades natas que hacen que se tenga una mejor habilidad para criar a los hijos.

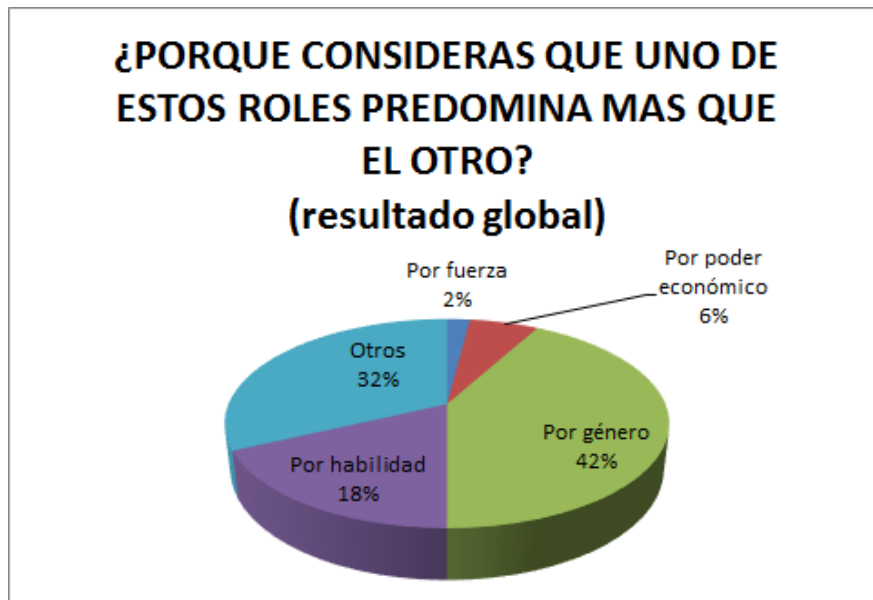


Gráfico 40. -P10 Razón predominancia

Pregunta 11: ¿Quién debe cambiar los pañales?

Para seguir identificando comportamientos en los que aún se evidencie la falta de involucración del padre, se realizó la siguiente pregunta: ¿Quién debe cambiar los pañales?

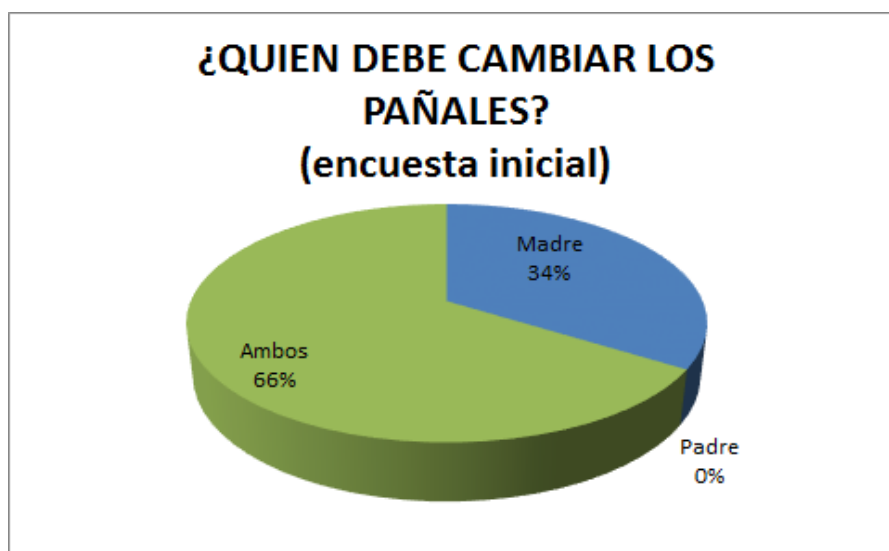


Gráfico 41. -P11 Cambiar pañales

En la encuesta inicial se observó que el 34% de los encuestados, incluyendo a hombres y mujeres, consideran que es la madre quien debe cambiar los pañales al hijo.

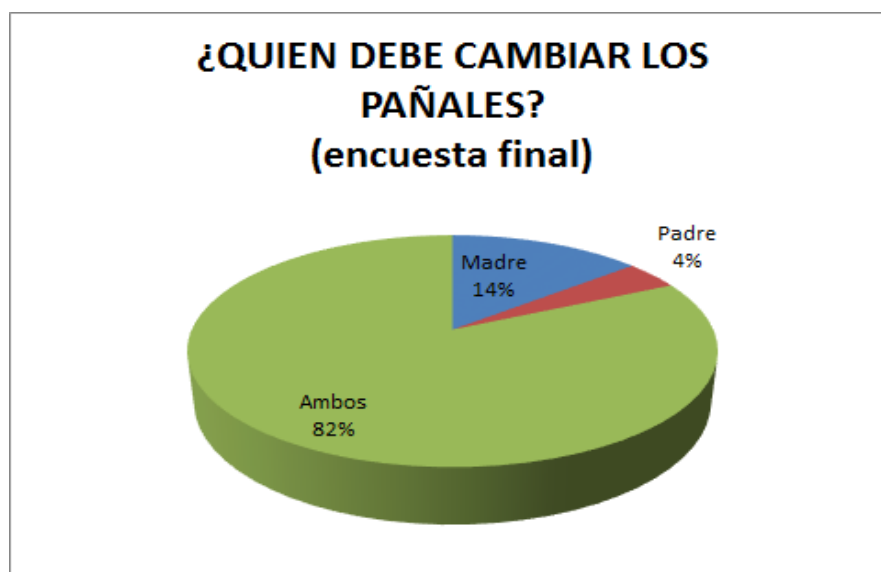


Gráfico 42. -P11 Cambiar pañales

Sin embargo, en la encuesta final se aprecia un cambio bastante pronunciado, ya que ese 34% que consideraba que la madre debía cambiar los pañales bajó a 14%. En adición, un 4% consideró que los varones eran quienes debían desempeñar ésta actividad.

Pregunta 12: Consideras que ser buen padre es:

En esta sección se les preguntó qué consideran ser padre en orden de importancia. El factor que más relució en la primera tanda de encuestas fue el proveer económicamente (22%), en segundo lugar, el cuidado (18%), seguido de compartir actividades (17%).

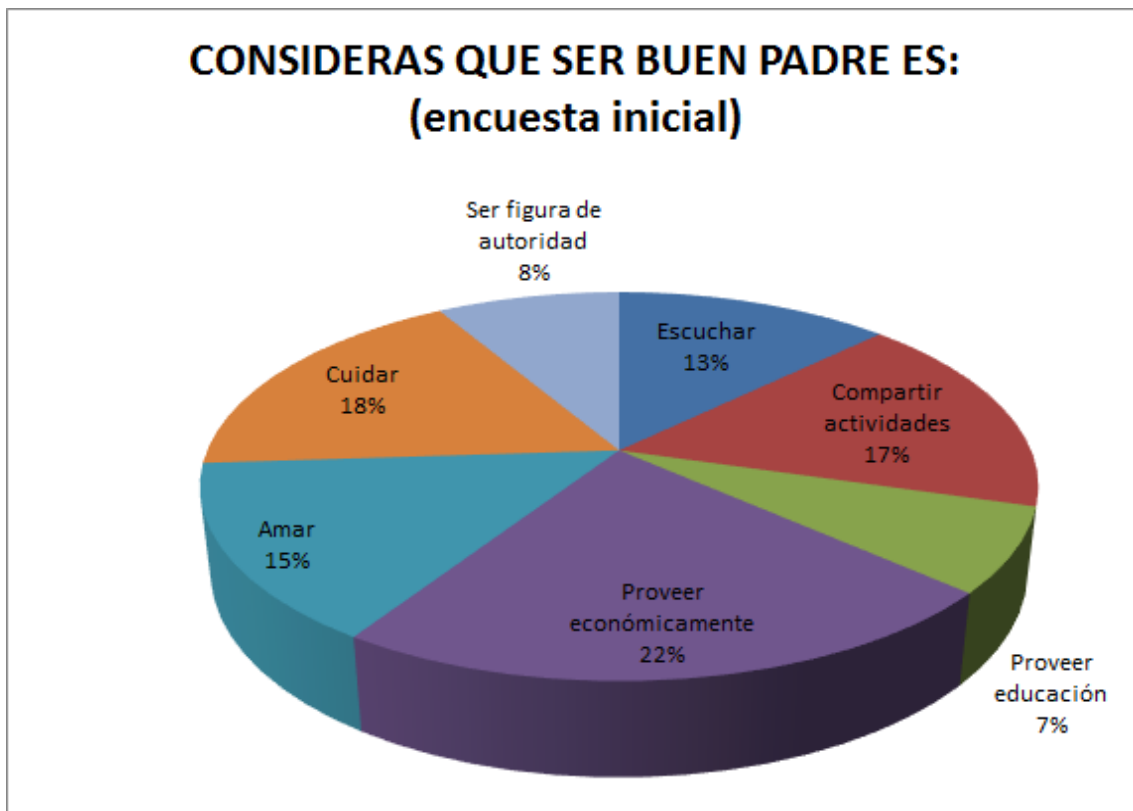


Gráfico 43. -p12 Ser buen padre

Sin embargo, al finalizar los talleres y eventos de la campaña, el cuadro se tornó un tanto diferente ya que la mayoría de los padres respondieron que un buen padre es aquel que ama a su hijo, el 34% de la muestra. El segundo valor o concepto que se relacionó con la buena paternidad fue el escuchar con un 27% y seguido del cuidado con un 17%.

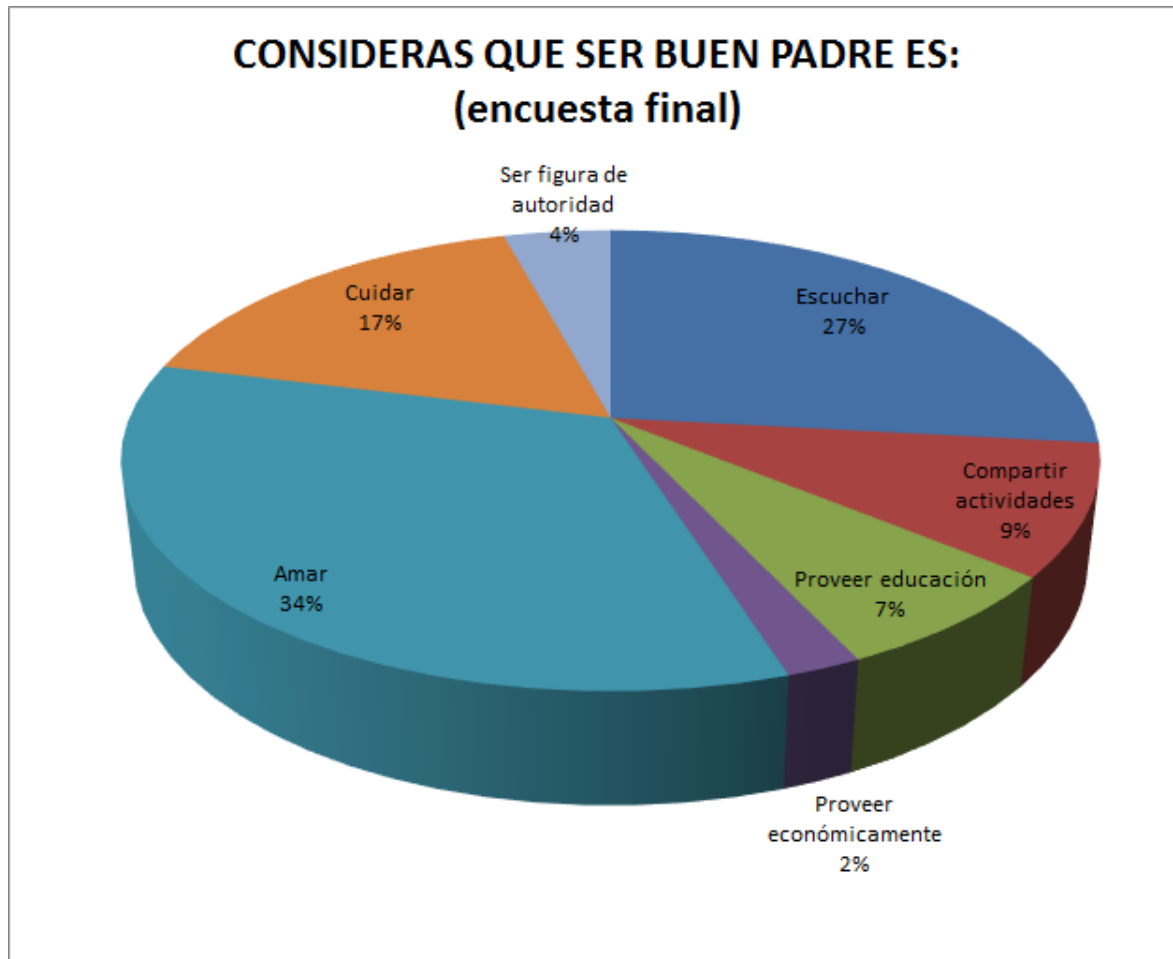


Gráfico 45. –P12

Pregunta 13: ¿Cuánto consideras que te involucras en la crianza de tus hijos, refiriéndose a tiempo, esfuerzo y dedicación para garantizar el bienestar? (1 siendo el menor y 10 siendo el mayor)

Finalmente, en la pregunta número 13 se observaron diferencias en el eje temporal y en el eje el de sexo.

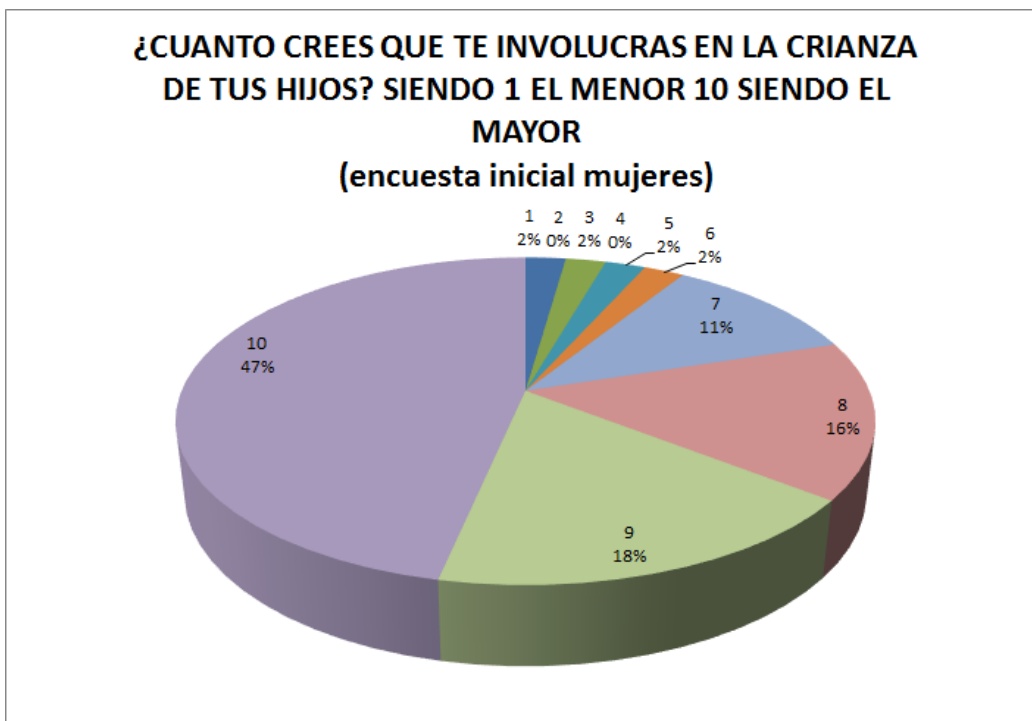


Gráfico 46. –P13 mujeres

En el caso de las mujeres, una gran parte (47%) creen que se involucran al máximo con la crianza de sus niños. Luego se encuentran quienes se autoevalúan con 9 (18%). En tercer lugar, se encuentran quienes se puntuaron con 8%. Las mujeres sientes que están muy activas en la crianza del niño. Esta tendencia se mantuvo incluso en la segunda encuesta.

Por otra parte, el caso de los varones fue un tanto distinto. En la encuesta inicial se observó que la mayoría (22%) se ubicaba a sí mismo con una puntuación de 8. Seguidas de un 20% que considera que están muy inmiscuidos y en tercer lugar se encuentra un 18% con una puntuación de 9.

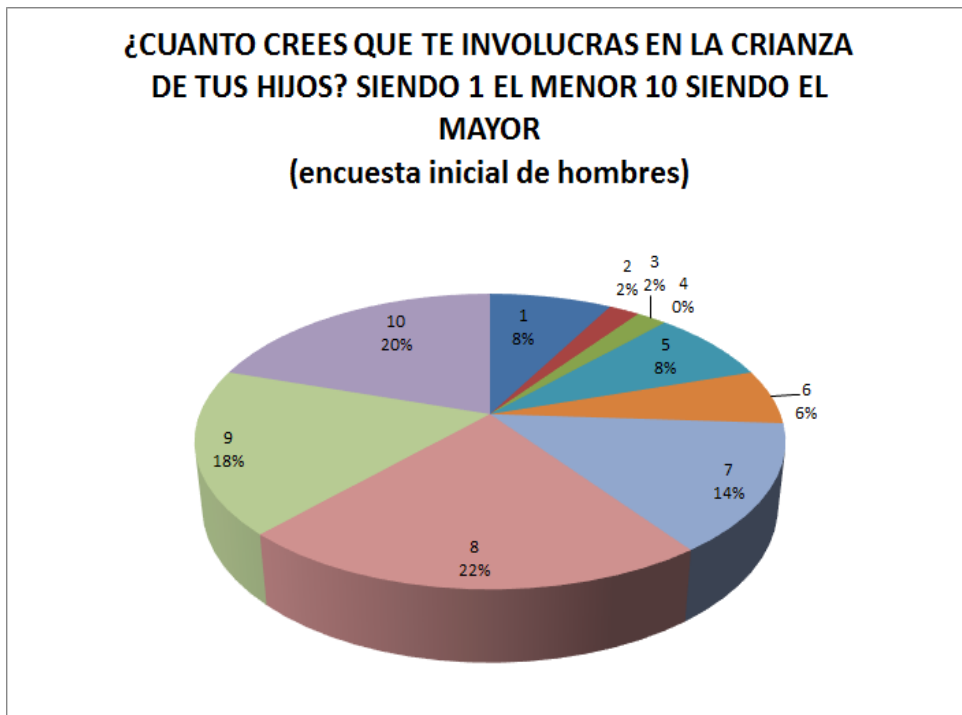
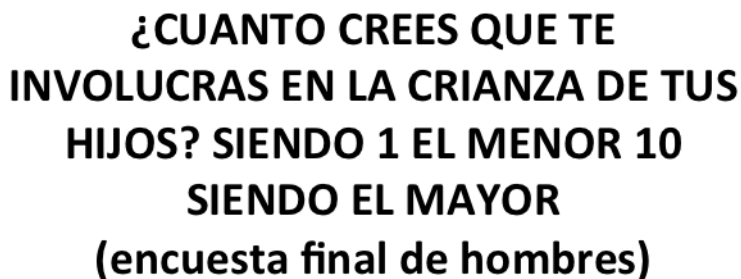


Gráfico 47. –P13 hombres



Sin embargo, luego de haber realizado la campaña hubo un aumento en la actividad del padre en el hogar. Como se divisa en el cuadro a continuación, ahora el 36% se ubicó en el número 9. Un

porcentaje más alto, y a la vez, un punto más arriba que en la encuesta inicial. El segundo grupo es de un 20% que se considera un padre involucrado de 10 sobre 10. Estas estadísticas

señalan que después de la campaña, efectivamente se aumentó la participación del padre en el entorno familiar.

49. –P13 hombres

Objetivos vs Logros

A continuación, se contrastarán los objetivos propuestos al inicio de la campaña con los logros alcanzados.

El primer objetivo específico que se planteó en la campaña fue promover la involucración paterna en la crianza del niño y aumentar la participación del padre en un 5%. Tras la campaña, se observó un aumento de la actividad del padre en el hogar. En consideración a la sección de investigación, un 18% de padres afirmó haberse involucrado más en la crianza de sus hijos al decidir compartir más tiempo con ellos y participar en la toma de decisiones que conciernen al menor. Esto quiere decir que se sobrepasó el objetivo propuesto.

Respecto al segundo objetivo, se planteó disminuir en un 5% los estereotipos masculinos violentos y otros estigmas sociales presentes en el rol paterno. De acuerdo a los resultados estadísticos, un 6% de padres dejó de creer que la madre es el personaje más importante en la familia y ahora creen que ambos son igual de importantes para el desarrollo del niño. También el porcentaje de personas que consideraban que la madre era quien debía cambiar los pañales bajó un 14%. Por otra parte, un 18% de padres dejó de considerar que la única y principal responsabilidad del padre es proveer económicamente. Ahora, este 22% considera que amar a su hijo es su primordial misión.

En tercer lugar, la campaña se propuso involucrar al 60% de los padres de familia del sector en actividades comunitarias que promuevan una paternidad activa y libre de estereotipos. Este objetivo fue alcanzado, ya que alrededor de 350 familias se unieron en el Festival Papás en Acción y un promedio de 120 personas se sumaron a las capacitaciones. Superando así, el 60% de la población total del sub circuito 3 de Carapungo.

El cuarto objetivo específico fue evaluar los índices de violencia intrafamiliar y su relación con la ausencia del padre. Mediante el estudio cuantitativo que se realizó a una muestra representativa de la población estudiada, se logró evaluar con éxito los índices de violencia intrafamiliar y, además, entender sus dinámicas. Es decir, se logró entender quiénes son los principales promotores de violencia, qué comportamientos se pueden reconocer en la comunidad que evidencien el ejercicio de violencia intrafamiliar o de género. Esta etapa investigativa del proyecto fue muy útil, ya que direccionó las temáticas de la campaña para, de esta manera, confrontar específicamente los temas que representan una mayor problemática.

Es así, como sumando estos logros, finalmente se cumplió con el objetivo establecido: Promover una paternidad activa y libre de estereotipos para disminuir los índices de violencia en el sub circuito 3 de Carapungo.

Presupuesto

En la tabla mostrada a continuación, se detalla todo lo gastado a fin de promover la campana.

PRESUPUESTO			
Descripción	Cantidad	Invertido	Ganancia
Invitaciones	180	\$100	\$0
Afiche	5	\$20	\$0
Marcos de fotos	2	\$3	\$0
Producto	50	\$450	\$900
Evento de recaudación	1	\$0	\$200
Evento de cierre	1	\$0	\$0
Activismo	1	\$0	\$0
BTL	3	\$0	\$0
Facebook	1	\$50	\$0
Instagram	1	\$0	\$0
Twitter	1	\$0	\$0
Video publicitario	1	\$0	\$0
Video final	1	\$0	\$0
Carteles	2	\$2	\$0
Hojas de informe	10	\$5	\$0
Capacitaciones	4	\$60	\$0
TOTAL		\$690	\$1,100.00

RECUPERADO	\$410	
DONADO	Soy Libre	\$200
	Camapaña Por Una Vida Libre de Violencia	\$210

Tabla 3. –Presupuesto

Como se explicó anteriormente, el dinero recaudado como parte de la venta del producto de comunicación será donado para futuros proyectos de la campaña "Por Una Vida Libre de Violencia", las mismas que seguirán siendo coordinadas por las actuales directoras de campaña, la Policía Nacional, El Ministerio del Interior y el vocero Tipán. Mientras que, el

dinero recaudado en el evento "Wings & Music" será donado a la organización "Soy Libre", el mismo que será invertido en su crecimiento y expansión.

CONCLUSIONES

Después de la realización de una investigación profunda en el sub-circuito 3 de Carapungo se demostró que la exclusión, los prejuicios y la falta de espacio familiares desencadenan violencia de género, física, y psicológica en su población. Tomando en cuenta todas las actividades y estrategias utilizadas para promover una paternidad activa y disminuir los índices de violencia de la zona, la investigación final demostró de forma puntual un cambio significativo en la forma de pensar de sus habitantes.

Al ser la familia una herramienta necesaria en la formación de una sociedad más equitativa y justa, la campaña comprendió contenido dentro de su plan de acción siempre direccionado a generar consciencia y crecimiento principalmente a los padres. De acuerdo a Proaño (2015), los padres son los modelos a imitar más cercanos a los hijos, por ende, quienes pueden asegurar un desarrollo óptimo y responsable en la futura generación.

Por otro lado, aun cuando la violencia podrá ser vista en distintas formas y su definición sea compleja, siempre para entenderla será necesario tomar en cuenta el lugar en donde se originan estos acontecimientos. Evidentemente, las cuatro capacitaciones lo explicaron por medio ángulos diferentes. Las causas por las que este fenómeno puede desplegarse en las familias estará relacionado a múltiples factores, como los explicados en las charlas, que podrán limitar la interacción familiar, la involucración del padre y la relación co-

parental. Un elemento clave, según Susana, una de las expositoras, es el trato manejado entre la pareja y el cómo se comparten las tareas dentro del hogar. Aun cuando existen muchos otros aspectos que deben ser considerados por ser influyentes para mantener una paternidad activa libre de cualquier tipo de agresión, la retroalimentación y crecimiento es vital para mantener dicho equilibrio.

La sensibilización que deja la aplicación de la campaña tanto en los involucrados como en su población enriquece cultural y psicológicamente a ambas partes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda como parte de la implementación de cualquier campaña de comunicación realizar un plan de acción detallando las distintas actividades y estrategias que se utilizaron para cumplir con los objetivos estipulados. Asimismo, se debe elaborar un cronograma que permita llevar un seguimiento de lo que ha realizado.

El éxito de campaña requiere de alianzas estratégicas y del trabajo en equipo de los involucrados. De la misma manera, es necesario tener un plan alternativo en caso de que algo del propuesto falle, sobre todo en lo que respecta a la realización de eventos.

Finalmente, los objetivos planteados deberán considerar un tiempo óptimo dentro del que el plan de acción puede ser aplicado, incluir cláusulas específicas para su público objetivo. También tendrán que ser medibles para demostrar la incidencia que tuvo la iniciativa en la población seleccionada por medio de un método de investigación escogido. Y en última instancia, acciones alcanzables que consideren el presupuesto con el que se cuenta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alistan reforma a a custodia y a pensiones alimenticias (2017, Mayo 2). *El Universo*. Extraído desde: http://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/02/nota/6164194/alistan-reforma-custodia-pensiones-alimenticias?utm_source=fb-tw
[gp&utm_medium=social&hootPostID=ed003de006d035fea334a4be4b5862da&device=mobile](http://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/02/nota/6164194/alistan-reforma-custodia-pensiones-alimenticias?utm_source=fb-tw)
- Ana Liési Thurler y Santa María. (2009). Parentalidades Interrogadas. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires. Extraído desde: <http://www.aacademica.org/000-062/799>
- Ball, J. (2009). Fathering in the Shadows: Indigenous Fathers and Canada's Colonial Legacies. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Pp. 29-48. Extraído desde: <http://www.jstor.org.ezbiblio.usfq.edu.ec/stable/pdf/40375951.pdf>
- Benatar, D. (2012). *Second Sexism: Discrimination Against Men and Boys, From Disadvantage to Wrongful Discrimination*. Hoboken, US: Wiley-Blackwell. ProQuestebrary. pp.101 - 163. Extraído desde: <http://site.ebrary.com/lib/bibUSFQ/detail.action?docID=10540950&p00=men%20discrimination>

- Branson, R. (2013). Cómo ser emprendedor y buen padre. *Management Journal*. Extraído desde <http://www.managementjournal.net/item/2077-como-ser-emprendedor-y-buen-padre>
- Brodie, K., Padock, N., Gilliam, C & et. al. (2014). Father Involvement and Child Welfare: The Voices of Men of Color. *Journal of Social Work Values & Ethics*. pp.1-41. Extraído desde: <http://jswve.org/download/2014-1/articles/5-JSWVE-11-1-Father%20Involvement%20and%20Child%20Welfare%20The%20Voices%20of%20Men%20of%20Color-pp%2033-41.pdf>
- Código de la Niñez y Adolescencia. (2014). *Congreso Nacional*. Extraído desde: <http://www.igualdad.gob.ec/docman/biblioteca-lotaip/1252--44/file.html>
- Gartener, B., Spinrad, T., Eisenberg, N. & et. al. (2007). Parental Childrearing Attitudes as Correlates of Father Involvement During Infancy. *US National Library of Medicine*. Extraído desde: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2174267/>
- Jia, R & Schoppe, S. (2012). Relations between coparenting and father involvement in families with preschool aged children. Extraído desde: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3279926/>
- McBride, B. (1989). Interaction, Accessibility, and Responsibility: A View of Father Involvement and How to Encourage It. *Young Children*, 44(5), 13-19. Extraído desde: <http://www.jstor.org/stable/42726202>

La tenencia de los hijos, un eje en la reforma al Código de la Niñez. (2017, Mayo 4) *El Telégrafo*. Extraído desde: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/la-tenencia-de-los-hijos-un-eje-en-la-reforma-al-codigo-de-la-ninez>

Los nuevos desafíos de ser padre. (2004). Extraído desde http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000254618/1/Los_nuevos_desaf%C3%A9os_de_ser_padre.html#.WA128aOZMnU

Medina, F. (2015, Octubre 12). Profesores son testigos de violencia contra niños. *El Comercio*. Extraído desde <http://www.elcomercio.com/actualidad/profesores-testigos-violencia-ninos-agresiones.html>

Naciones Unidas. (2014). La situación demográfica en el mundo. Extraído desde: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/es.pdf>

Nieri, L. (2012). Paternidad y maternidad: aproximaciones psicológicas y socioculturales. Extraído desde: <http://dx.doi.org/10.21501/16920945.341>

OCDE Family Database: Key characteristics of parental leave systems. (2008).

OCDE. Extraído desde www.oecd.org/els/social/family/database

PARTICIPACIÓN DE LAS FAMILIAS EN LA EDUCACIÓN INFANTIL LATINOAMERICANA. (2004). *UNESCO*. Extraído desde <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139030s.pdf>

- Péter, S. (2007). Masculinidad y paternidad - del poder al cuidado. Extraído desde:
http://www.berdingune.euskadi.eus/contenidos/informacion/material/es_gizonduz/adjuntos/Masculinidad%20y%20paternidad_%20del%20poder%20al%20cuidado.P%C3%A9ter%20Szil.pdf
- Proaño, M. (2015). Guía de intervención psicológica en caso de violencia intrafamiliar, dirigido a mujeres entre 15 y 25 años de la zona de Carapungo. Extraído desde:
- Renk, K., Roberts, R., Roddenberry, A. et al. (2003). Sex Roles, *Journal of Research*.
Extraído desde <http://jfi.sagepub.com/content/early/2015/12/11/0192513X15622415.full>
- Salguero, A. (2006). Identidad, responsabilidad familiar y ejercicio de la paternidad en varones del Estado de México. Extraído desde:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11204808>
- Social Media. (2013). ¿Qué es la Psicografía?: Los Análisis de los Estilos de Vida del Consumidor. Esxtraído desde: <https://eduardoarea.blogspot.com/2013/10/que-es-la-psicografia-los-analisis-de.html>

ANEXOS***Modelo de encuesta 1*****1. Elige tu edad**

20 29

30 39

40 49

50 59

60 69

2. Selecciona tu sexo

Masculino

Femenino

3. ¿Te consideras un buen padre?

Si

No

4. ¿ Consideras que ser buen padres es:

Escuchar

Compartir actividades

Proveer educación

Proveer bienes de comodidad

Amor

Cuidado

Ser una figura de autoridad

5. ¿Quién debe cambiar los pañales?

Madre

Padre

Ambos

6. ¿Qué rol consideras que es más importante:

Madre

Padre

Ambos

7. ¿Si seleccionaste madre o padre, por qué consideras que uno de estos roles predomina más que el otro?

Por fuerza

Por poder económico

Por género

6. ¿La madre de familia de su hogar trabaja?

- a. si b. no

7. ¿Debería un padre ser violento para ser el jefe del hogar?

- a. si b. no

8. ¿Cree que el tipo de modelo paterno y materno que llevan es machista?

- a. Si b. No

9. ¿Qué rol consideras que es más importante:

- a. Madre b. Padre c. Otro.....

10. Si seleccionaste madre o padre, ¿por qué consideras que uno de estos roles predomina más que el otro?

- a. Por fuerza b. Por poder económico c. Por género d. Por habilidad
e. Otro

11. ¿Quién debe cambiar los pañales?

- a. Madre b. Padre c. Ambos

12. Consideras que ser buen padres es: (Enumerar del 1 al 3 en orden de importancia).

- a. Escuchar b. Compartir actividades c. Proveer educación
d. Proveer económicamente e. Amar f. Cuidar
g. Ser una figura de autoridad

13. ¿Cuánto consideras que te involucras en la crianza de tus hijos, involucramiento refiriéndose a tiempo, esfuerzo y dedicación para garantizar el bienestar? (1 siendo el menor y 10 siendo el mayor).

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Activismo

El documento original de la petición a la Asamblea Nacional ha sido adjuntado al final de esta tesis versión final en el CD.

Contrato de Alianza

Se firmó una alianza para trabajar con la banda Quito Ska Jazz en el evento de recolección de fondos y el documento original ha sido adjuntado al final del informe del CD.

Videos

Como promoción de "Por Una Vida Libre de Violencia, Papás en Acción se ha realizado dos videos promocionales. El primero tuvo el objetivo de dar a conocer la campaña en redes y tener un alcance fuera del público objetivo con el que se trabajó dentro del barrio de Carapungo. Mientras que, el segundo fue creado con la intención de recopilar evidencia y mostrar todo lo que se ha realizado como parte de esta iniciativa. Este video será colocado en la red social de Facebook y entregado a la Policía Nacional para que pueda ser también publicado en sus medios. Ambos vídeos han sido adjuntados físicamente a esta tesis.

