

# Violencia contra mujeres en los microbuses de Santa Cruz, diagnóstico y propuesta de campaña

---

## Violence against women in Santa Cruz minibuses, diagnosis, and campaign proposal

---

### Valeria Ameller del Castillo

Licenciada en Comunicación Estratégica y Corporativa por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, UPSA. Trabaja como Media Social Content en la empresa Sure.

Correo: valeriaameller21@gmail.com

### Vania Sandoval Arenas

Magíster en Comunicación Electoral y Política (Universidad Autónoma de Barcelona), comunicadora social (UPSA) y politóloga (UMSA). Es docente de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, UPSA.

Fecha de recepción: 27 de abril de 2022

Fecha de aprobación: 3 de julio de 2022

---

## Resumen

En la investigación se abordó la temática de la violencia en el transporte público de Santa Cruz de la Sierra. El trabajo contó con tres etapas de desarrollo, la primera una investigación documental que consistió en la revisión del marco normativo nacional y municipal existente respecto a la temática de violencia, posteriormente se realizó un diagnóstico general de la violencia en los microbuses de las líneas 72 y 18, que circulan por el centro de la ciudad, a partir de la implementación de encuestas a 280 usuarios y 100 choferes durante la gestión 2018-2019, dando un total de 380 encuestas, en tercera instancia se realizó entrevistas en profundidad a expertos en la temática de urbanismo, autoridades encargadas de la gestión del transporte público y expertos en temas de violencia y género. Los resultados arrojaron datos que establecen que las mujeres son las principales víctimas de violencia en los microbuses y paradas.

La segunda parte del trabajo, que es un Proyecto de Grado de la Carrera de Comunicación Estratégica y Corporativa de la UPSA, explica el desarrollo de una propuesta de campaña de sensibilización contra la violencia hacia las mujeres al interior de los microbuses del transporte público de Santa Cruz de la Sierra.

**Palabras clave:** *Violencia de género, transporte urbano, campañas contra la violencia.*



## Abstract

The research addressed the issue of violence in public transportation in Santa Cruz de la Sierra. The work had three stages of development, the first was a documentary research that consisted of a review of the existing national and municipal regulatory framework regarding the issue of violence, subsequently, a general diagnosis of violence in the microbuses of lines 72 and 18, which circulate through the center of the city during the 2018-2019 management, was made from the implementation of surveys to 280 users and 100 drivers, giving a total of 380 surveys; in third instance, in-depth interviews were conducted with experts in the field of urban planning, authorities in charge of the management of public transport and experts on issues of violence and gender. The results showed that women are the main victims of violence in minibuses and bus stops.

The second part of the work explains the development of a proposal for an awareness campaign against violence against women inside public transportation minibuses in Santa Cruz de la Sierra.

**Keywords:** *Gender violence, urban transportation, anti-violence campaigns.*

## Introducción

Santa Cruz de la Sierra, es la ciudad más poblada de Bolivia, con una población en el área metropolitana de 1.686.000 habitantes (INE, 2012). El crecimiento acelerado de la llamada “Ciudad de los anillos” ha generado una gran demanda de transporte público. Las líneas de microbuses son el principal medio de transporte masivo de la ciudad.

La dificultad de brindar un transporte público seguro y de calidad para los usuarios, en el marco de la planificación urbana de la ciudad, ha sido tema de recurrente debate público entre el Gobierno Municipal, sindicatos, usuarios del transporte público y juntas vecinales. Sin embargo, se ha dejado de lado el tema de la violencia en los microbuses del transporte público de Santa Cruz de la Sierra.

A nivel nacional existe un marco normativo (Ley 348/2013) que establece y tipifica los tipos de violencia. De igual manera, define las competencias y funciones de los diferentes niveles de gobierno y plantea el diseño e implementación de una campaña dirigida a informar y sensibilizar la violencia en contra de la mujer. (Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia, 2013).

Respecto al nivel de violencia, 7 de cada 10 mujeres sufren violencia en el transporte público con una frecuencia entre diaria a semanal, sin embargo, los hombres, usuarios del transporte público, afirman que han presenciado violencia hacia las mujeres (76,9%). Es posible evidenciar que existen realidades injustas hacia las mujeres que utilizan el transporte público de manera frecuente y son objeto de violencia en el interior de los microbuses (Flores, 26 de noviembre de 2018).

No obstante, no existe programa alguno o acciones de nivel de gobierno que haya abordado la problemática de la violencia hacia la mujer en los microbuses del transporte público, evidenciando la falta de campañas de sensibilización contra la violencia. En este sentido, hace falta reforzar la convivencia sana, el respeto a todas las personas y la promoción de una vida libre de violencia para las mujeres, de acuerdo con los DDHH y normativa nacional e internacional.

## Método

Este trabajo se realizó entre agosto del año 2018 y junio del 2019. Inició con una investigación documental de normativa internacional, nacional y local, así como a través de entrevistas a autoridades encargadas del tema consideradas informantes clave. Para conocer acciones en torno a la violencia contra la mujer se entrevistó a María Sonia Lijerón, responsable del Programa de Atención a Mujeres en Situación de Violencia, y María Rosario Ruedas, de la oficina del Defensor del Pueblo. Posteriormente se realizó un diagnóstico con el objetivo de determinar si existía violencia en los buses de transporte público y cuáles sus características. Este diagnóstico se cruzó con la información vertida por autoridades municipales de planificación urbana y transporte. Por último, se procedió al diseño de una campaña comunicacional de sensibilización.

## Procedimiento

La ciudad de Santa Cruz de la Sierra cuenta con un sistema masivo de transporte público de microbuses, los cuales están organizados en diferentes líneas. Las 125 líneas que recorren la ciudad son de índole privada organizadas en sindicatos o asociaciones de transporte, la distribución del recorrido que realizan los microbuses es establecida por el sindicato, con la aprobación del Gobierno Autónomo Municipal y posteriormente entregadas a los propietarios de los microbuses. El 42% de la población del área metropolitana de Santa Cruz (integrada por los municipios de Santa Cruz de la Sierra, Porongo, El Torno, Warnes, Cotoca y La Guardia) se transportan en microbús. (Vazques, 2017).

La ciudad está diseñada en anillos, por este motivo se decidió delimitar este estudio enfocándose en las líneas 72 y 18 (vuelteros del primer y segundo anillo) porque circulan conectando a todas las zonas de Santa Cruz de la Sierra (Norte, Sur, Este y Oeste) concentrando así un flujo mayor de usuarios del transporte público.

## Muestra e Instrumento

El diagnóstico requirió la realización de encuestas, se definió una muestra de 380 boletas de encuesta, 280 dirigidas a los usuarios y 100 a los conductores de las líneas 18 y 72 que realizan su ruta por el primer y segundo anillo de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra (por muestreo aleatorio simple).

La boleta, con quince preguntas, se dividió por temas para conocer el nivel de conocimiento sobre violencia, la percepción sobre el nivel de violencia en los microbuses y paradas de microbuses, incluyendo frecuencias y horas, y la satisfacción del servicio de transporte público. La herramienta fue adaptada de la propuesta de Urzagasti (2014) en su libro "El transporte público en Santa Cruz, una deuda con la ciudad". Las entrevistas a expertos se desarrollaron en base a dos entrevistas pautadas según el tema de experticia, planificación urbana y género.

## Resultados

Se identificaron dos espacios en los cuales los usuarios del transporte público recibieron algún tipo de violencia: el interior del microbús y en la parada.

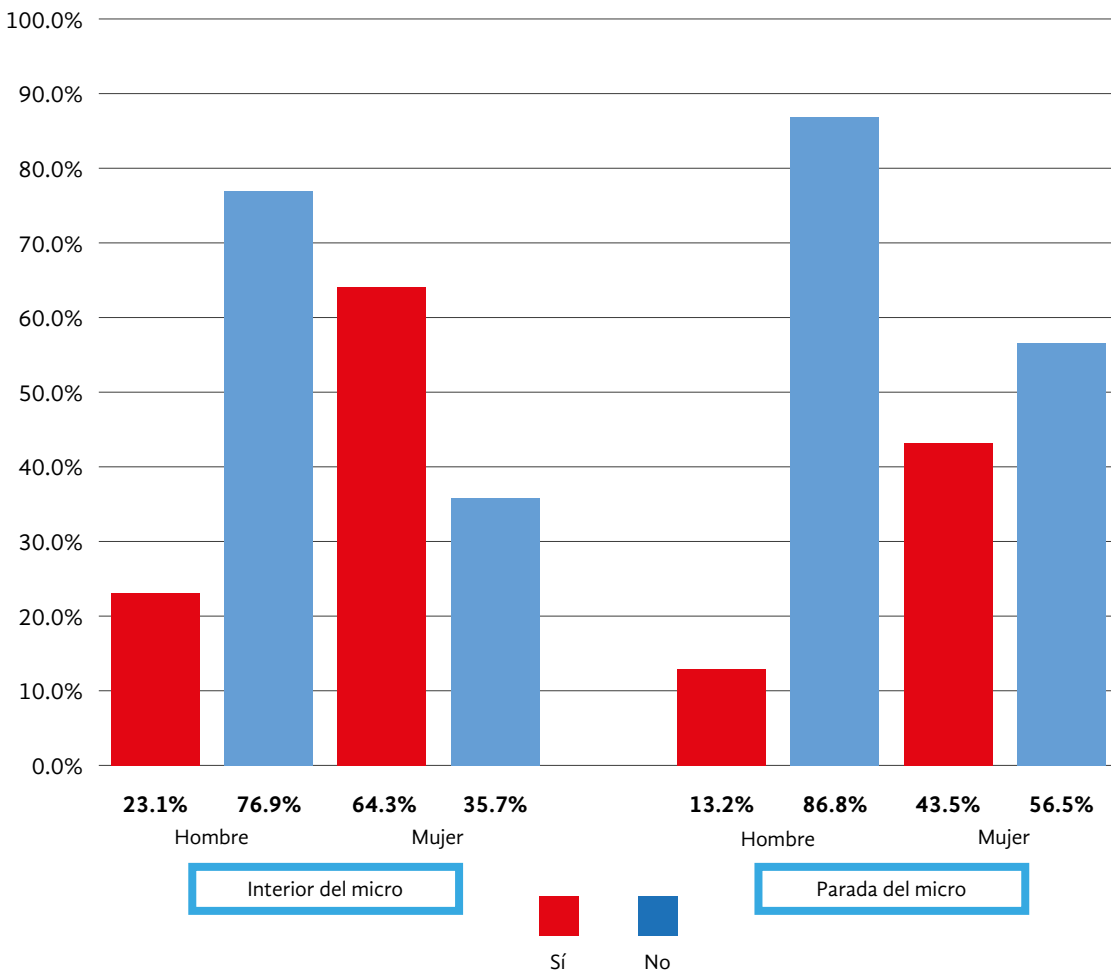
Los resultados con relación a si el pasajero ha recibido violencia en el interior del microbús, indican que el 51,7 % respondió afirmativamente, sin embargo, cuando se disgrega por género los resultados muestran que el 64,3% de las mujeres manifestaron haber recibido algún tipo violencia

y en el caso de los hombres sólo el 23,1%. Queda claro que la mujer es mayor objeto de violencia al interior del microbús.

Completando esta referencia el 82,2% del total de los encuestados afirmó que ha presenciado violencia al interior del microbús, si se desgrega por género los resultados muestran al 76,9% de los hombres y al 84,5% de las mujeres con respuesta afirmativa.

Los encuestados indican que el 34,2% de ellos recibió alguna vez violencia en la parada del microbús. El 13, 2% de los hombres manifestaron que han recibido algún tipo de violencia respecto al 56,5% de las mujeres.

**Cuadro 1.**  
*Violencia en el interior del microbús y paradas*



Ante la pregunta, ¿A quiénes considera como grupos más vulnerables a la violencia?, un 55,1% de personas responde que a las mujeres.

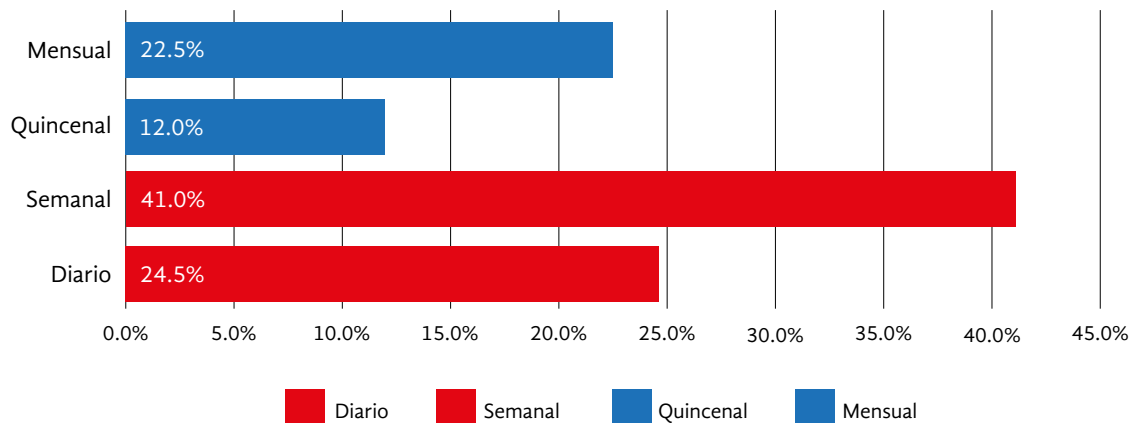
**Cuadro 2.**

*Grupos más vulnerables a la violencia en un microbús*



**Cuadro 3.**

*Frecuencias de violencia en el microbús*



Al realizar la pregunta ¿con qué frecuencia observaron violencia en los microbuses?, el total de los encuestados indican que el 65,5%, observó violencia con una frecuencia entre diaria a semanal. Sin embargo, cuando se desglosa por género los resultados muestran que el 74% de las mujeres expresaron que observaron violencia entre diario a semanal respecto al 44% de los hombres.

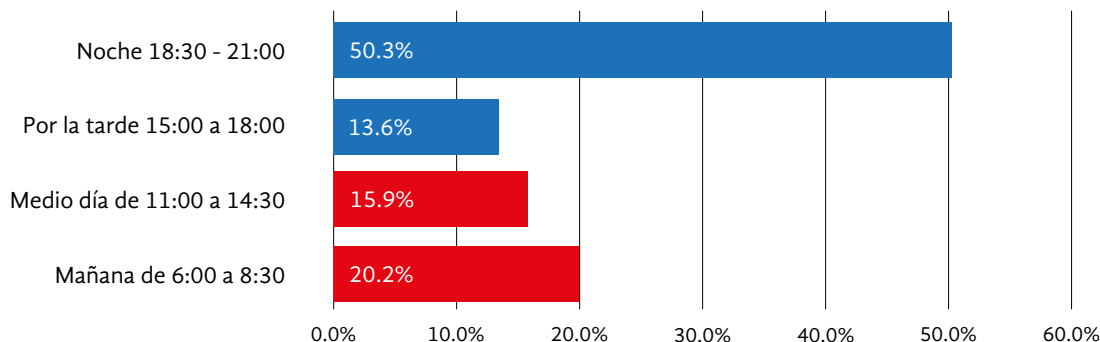
De esta información se puede inferir que los hombres pueden minimizar las situaciones de violencia en los medios de transporte o definitivamente no la visualizan como las mujeres.

El 78,1% de las mujeres entre 26 a 35 años manifestaron que presenciaron violencia con una frecuencia entre diario a semanalmente.

Ante la consulta de las horas que consideran que hay más violencia, un 50% de los encuestados indica que la noche es el peor momento.

**Cuadro 4.**

*Franja horaria de mayor percepción de violencia*



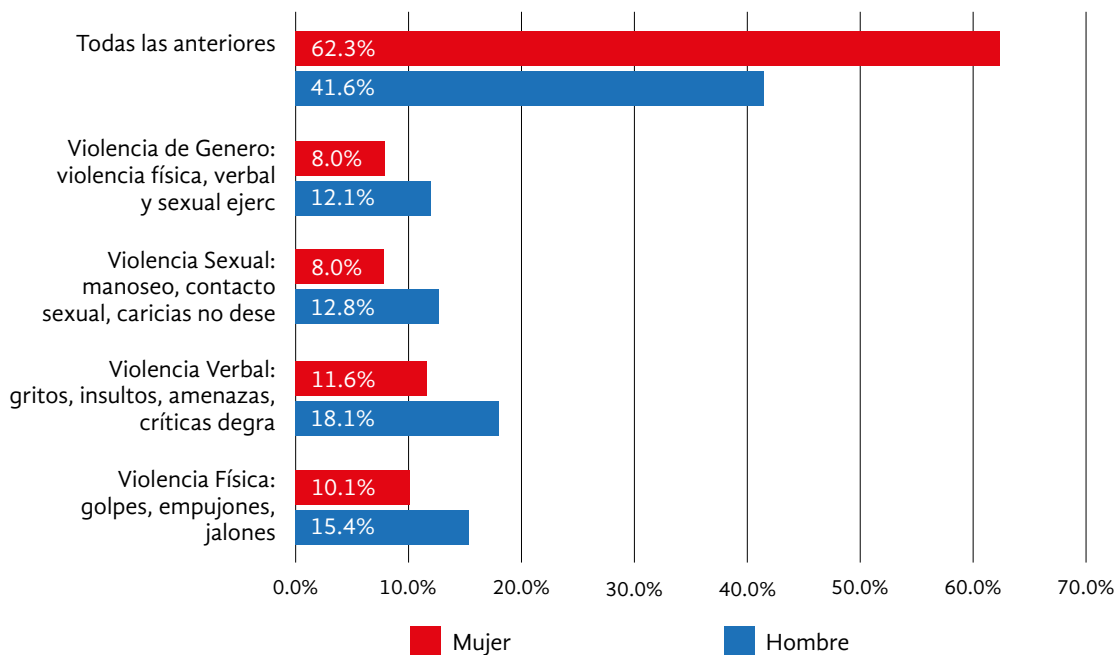
Cuando se desgrega por género los resultados muestran que el 38,5% de los hombres considera que en la noche se presencia mayor violencia respecto al 55,5% de las mujeres.

Con la finalidad de establecer el grado de conocimiento sobre los conceptos de violencia por los pasajeros del transporte público, se consultó sobre las cuatro formas de violencia que están dentro del marco de la Ley 348. El 62,3% de las mujeres tienen un conocimiento de las cuatro formas de violencia más comunes, en el caso de los hombres sólo 4 de 10 reconocen las cuatro formas de violencia.

A partir de las respuestas obtenidas, queda claro que las mujeres se encuentran más informadas sobre las tipificaciones de violencia que existen. En cambio, en el caso de los hombres más de la mitad de los encuestados se encuentra desinformado sobre los conceptos de violencia.

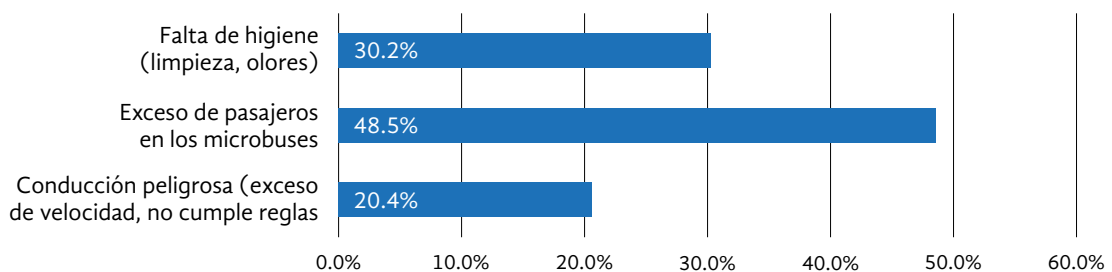
**Cuadro 5.**

*Conceptos sobre lo que se considera como violencia*



**Cuadro 7.**

*Factores que determinan porqué no cumple un servicio adecuado el transporte público de Santa Cruz de la Sierra*



El 61,4% de los conductores tienen un conocimiento respecto a violencia verbal, seguido del 18,1% que conoce las cuatro formas de violencia existentes.

El 81,7% de los conductores de los microbuses de transporte público presenciaron algún tipo de violencia entre pasajeros.

Para los choferes el trato que reciben de los pasajeros en el microbús es agresivo en un 45,5%. Sin embargo, el 20,8% manifiesta que el trato que reciben de los pasajeros es amable. Estos resultados muestran que cerca de la mitad de los conductores reciben algún tipo de violencia.

### Conclusiones

El diagnóstico realizado permitió sentar las bases conceptuales de la campaña, habiéndose detectado la mayor presencia de violencia de corte machista contra las mujeres, considerando la desinformación existente en torno a la normativa y los tipos de violencia. Se buscó ofrecer acciones posibles e inmediatas para que las mujeres jóvenes puedan reaccionar y defenderse ante el acoso en los microbuses.

### Campaña

Una vez realizado el diagnóstico, se definieron las líneas de campaña. Con el objetivo general de sensibilizar a los usuarios sobre la violencia hacia las mujeres en el transporte público, promoviendo una cultura ciudadana de respeto a las mujeres en los microbuses de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, se diseñó una campaña que permitiera:

- Visibilizar el marco legal de la Ley N° 348 - Ley integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia.
- Visibilizar la violencia que existe en los microbuses del transporte público de Santa Cruz de la Sierra.
- Orientar a las mujeres a usar los mecanismos de defensa que establece la Ley N° 348.

La campaña #ESTOESVIOLENCIA propuso como base acompañar visualmente el diseño integral. La campaña tuvo como objetivo sensibilizar a los usuarios de transporte público sobre la violencia hacia las mujeres que existe en el interior de los microbuses y paradas.

Actualmente esta problemática se encuentra naturalizada por gran parte de los usuarios de transporte público lo cual desencadena en actos y comportamientos inadecuados. Esta problemática deriva de la falta de conocimiento sobre conceptos de violencia, el índice de violencia que existe y la frecuencia con la que se da. Por lo tanto, la campaña se propuso desde la perspectiva de sensibilizar a los usuarios del transporte público, promoviendo el respeto entre ciudadanos.

Haciendo un análisis del diagnóstico, se decidió apuntar la campaña a sensibilizar a los usuarios mediante piezas gráficas que informen sobre la violencia contra la mujer. Los recursos empleados fueron la red social Facebook, vallas publicitarias y dramatizaciones que resultaron ser los medios idóneos (según los encuestados, tanto choferes como usuarios) para la difusión de la campaña.

Las herramientas que se diseñaron fueron artes visuales en Facebook, vallas publicitarias y dramatizaciones (performance al interior de los micros), utilizando mensajes breves con una connotación positiva, promoviendo el respeto entre los pasajeros e incentivando el crecimiento individual y social.

La campaña se respaldó con artes gráficos y mensajes informativos y de sensibilización para permitir conocer la Ley que existe sobre la violencia hacia la mujer (Ley N° 348), conceptos y tipificaciones de violencia.

La campaña se denominó #ESTOESVIOLENCIA debido a la situación actual que existe en el transporte público. Se incluyó la utilización del hashtag con el propósito de viralizar los contenidos y unificar los post, la información y el mensaje a ser difundido. El hashtag se planteó como una ventaja porque permite que las personas, a pesar de no seguir la página, puedan leerlo en internet. Las fotografías y artes fueron elaboraciones propias.

El mensaje se centró en dos etapas. La primera etapa estuvo dirigida a la difusión de la Ley N° 348. La segunda etapa se enfocó en promover el uso de los mecanismos de defensa para las mujeres.

El mensaje de la campaña #ESTOESVIOLENCIA se centró en el slogan de la campaña “si te pasa, grita”.

El fin último de la campaña propuesta fue promover una cultura de respeto a las mujeres en el transporte público.

La campaña estuvo dirigida a los pasajeros del transporte público. El público objetivo, de acuerdo con los resultados de la investigación de campo, son hombres y mujeres entre 19 a 35 años que utilizan los microbuses del transporte público de Santa Cruz de la Sierra. Para tener un gran alcance se realizaron contenidos multimedia de fácil viralización.

#### Ejes de la campaña

Para alcanzar los objetivos de la campaña #ESTOESVIOLENCIA, se decidió dividirla en dos ejes:

- Eje informativo
- Eje de sensibilización

Se propuso publicar los contenidos tres veces a la semana. Los dos primeros post de la semana fueron fotografías y el último de la semana fue un video. Los contenidos corresponden al eje central de la campaña, cuya finalidad fue sensibilizar a los usuarios del transporte público. Se utilizó un lenguaje claro con textos breves.

#### **Redes sociales - Facebook**

Se creó la Fan page oficial de la campaña #ESTOESVIOLENCIA

Para realizar una distribución más efectiva de los anuncios de Facebook, se propuso aplicar los siguientes criterios de segmentación de público expuesto a los anuncios publicitarios detallados a continuación:

Ubicación: Radio determinado de exposición: zona urbana de Santa Cruz de la Sierra (primer anillo al octavo anillo).

Datos demográficos

Edad: 19 a 35 años.

Género: Hombres y Mujeres.

Interés: El interés de las audiencias en Facebook se encuentra representado por el tipo de páginas que siguen y los contenidos que representan interés. Para segmentar los anuncios de la campaña #ESTOESVIOLENCIA se propuso utilizar las siguientes palabras clave (keyWords) para detectar interés de relevancia con la campaña en los públicos objetivos:

Esto es Violencia

Violencia contra la mujer

Transporte público

Violencia en el transporte público

Campaña de sensibilización sobre la violencia en el transporte público

**Foto de perfil de la Fan page**



### **Vía Pública**

Se propuso ubicar las gráficas en las diferentes paradas de buses del segundo y primer anillo, mostrando siempre el mensaje principal. Las ubicaciones determinadas para las paradas fueron: la parada de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, la parada del Cristo Redentor y la parada frente al Parque Urbano. En el primer anillo, se propuso la parada de la Av. Libertad donde la congestión de microbuses y personas en horas pico es importante, así el objetivo fue reforzar el mensaje y que las personas puedan visualizarlo con tan solo mirar los gráficos en las paradas. También se propuso ubicar gráficas al interior de los microbuses en la parte trasera del vidrio.

También se propuso exponer la gráfica principal en redes sociales para manejar una misma línea que se refuerce con otra gráfica que muestre mensajes como:



### Dramatizaciones

La acción BTL (performance) se propuso llevar a cabo en cuatro paradas principales. Las dramatizaciones se determinaron para los lunes, miércoles y sábado de 8:00 am a 9:00 am y de 11:30 am a 1:30 pm. Los puntos donde se propuso realizar la dramatización fueron: en el segundo anillo Av. Bush, segundo anillo Av. Cristo Redentor y en el primer anillo- semáforo Palacio de Justicia.

La acción dramática estuvo formada por dos partes: en la primera se debía dramatizar un hecho cotidiano en el cual se muestra cómo la mujer queda apretada entre dos hombres en el interior del microbús. La segunda escena debía mostrar en primer plano a un hombre que al salir del microbús apega su cuerpo contra el de la mujer.

La propuesta de campaña fue validada con los jóvenes usuarios de transporte público, se realizó un grupo focal donde se presentaron las piezas gráficas de la campaña, posteriormente se consultó la percepción que tenían del mensaje, si les provocaba algún recuerdo, también si sabían el procedimiento para la denuncia de un hecho de violencia y si tenían algún conocimiento de la Ley N° 348.

Todos los participantes del grupo focal, tanto hombres como mujeres, visibilizaron en las piezas gráficas, de manera clara y reconocible, la violencia contra la mujer al interior de los microbuses del transporte público de Santa Cruz de la Sierra.

### Ejemplos de artes de la campaña

Producto N° 1



Producto N° 2



Producto N° 3



Producto N° 4

# RECONOCE LOS TIPOS DE VIOLENCIA



 **Violencia física:**  
Golpes empujones, jalones.

 **Violencia verbal:**  
Gritos insultos amenazas críticas.  
degradantes

**6 de cada 10**  
mujeres conocen los 4 tipos de  
violencia más comunes.

En el caso del hombre  
**solo 4 de cada 10**  
reconoce los tipos de violencia más comunes.

 **Violencia sexual:**  
Manoseos contacto sexual, caricias  
no deseadas degradantes.

 **Violencia de género:**  
Violencia Física, verbal y sexual  
ejercida al otro genero.



**#Esto es violencia**

## Referencias

- Antelo, L. (2017). Actitud de los estudiantes de Derecho hacia el sexismo y la violencia contra la mujer. (tesis de Licenciatura). Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, Santa Cruz de la Sierra.
- Crespo, J. (17 de mayo de 2012). Introducción a la sensibilización para el desarrollo. Obtenido de <https://es.slideshare.net/fcodespa/introduccion-a-la-sensibilizacion-jos-crespo>
- Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. (09 de marzo de 2013). Ley 348. Ley para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia. La Paz: Autor.
- Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. (15 de febrero de 2011). Decreto Supremo 0793. La Paz: Autor.
- Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. (7 de febrero de 2009). Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz: Autor.
- Flores, L. (26 de noviembre de 2018). 7 de cada 10 mujeres en el país sufrieron violencia física. La Razón. La Paz: La Razón.
- Foro Internacional de democracia y cooperación. (12 de septiembre de 2012). Obtenido de <http://www.democraciaycooperacion.net/espacio-colaborativo/america-latina/adjuntatus-documentos-para-el/article/un-caso-de-violencia-sexual-ante>
- Hernandez, Fernández & Baptista. (2014). Metodología de investigación. México: Mc Graw Hill interamericana S.A.
- Instituto Nacional de Estadística. (Noviembre de 2017). Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/prensa/monitoreo-de-prensa/item/2446-santa-cruz-primera-ciudad-en-numero-de-casos-de-violencia>
- Mazoni, M. (2005). Santa Cruz de la Sierra, una ciudad que busca su espacio. Obtenido de <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-SantaCruzDeLaSierraUnaCiudadQueBuscaSuEspacio-2230707.pdf>
- Melendres, M. (06 de febrero de 2018). Lanzas la campaña "Carnaval sin excesos, sin violencia". Obtenido de <https://www.eldeber.com.bo/bolivia/Lanzas-la-campana-Carnaval-sin-excesos-sin-violencia-20180206-9369.html>
- Mier, A. (13 de julio de 2009). Planificación Urbana de Santa Cruz, una nueva oportunidad. Obtenido de <https://www.slideshare.net/AlvaroMier/planificacin-urbana-santa-cruz-una-nueva-y-gran-oportunidad>
- Monti, C. (19 de octubre de 2013). La encuesta como método de investigación. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CarolinaMonti/presentacion-encuesta-26353634>
- Naciones Unidas. (1996, parr.38). Obtenido de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>