

**Formulación de recomendaciones para la visibilización del trabajo  
realizado por *La Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca*, a través del uso  
y manejo de las redes sociales.**

Proyecto de trabajo bajo la modalidad de pasantía para optar por el título de  
Comunicadoras sociales

Presentado por:

María José Acosta Giandomenico

Juliana Cantillo Fernández

. Programa de Comunicación Social. Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales.

Universidad del Cauca

Popayán, Cauca

Junio 2023

**Formulación de recomendaciones para la visibilización del trabajo  
realizado por *La Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca*, a través  
del uso y manejo de las redes sociales.**

Proyecto de trabajo bajo la modalidad de pasantía para optar por el título de  
Comunicadoras sociales

Trabajo de grado en modalidad pasantía  
dirigido por:  
Mg. Sandra Patricia Navia Burbano

Programa de Comunicación Social. Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales.  
Universidad del Cauca

Popayán, Cauca  
2023

## Tabla de contenido

<b>Agradecimientos</b>	<b>4</b>
<b>Resumen</b>	<b>6</b>
<b>Introducción</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo 1. Género, territorio y Comunicación</b>	<b>15</b>
2.1 ¿Por qué hablar desde el género?	17
2.2. El cuerpo de las mujeres como territorio de guerra	22
2.3. Hablar de comunicación desde el morado	31
<b>Capítulo 2. La Ruta Pacífica de Las Mujeres</b>	<b>37</b>
2.1. Contexto de La Ruta Pacífica de Las Mujeres, regional Cauca	38
2.2 Identificación del problema	41
2.3. Territorio, Representación y Comunicación	42
<b>Capítulo 3. Plan de trabajo</b>	<b>45</b>
3.1. Objetivos de trabajo de la Pasantía	45
3.2. Diagnóstico, presencia y posicionamiento online de La Ruta, Cauca	47
3.3. Problema y justificación	53
3.4. Referentes del morado	54
<b>Capítulo 4. Metodología</b>	<b>60</b>
4.1 Sistematización y análisis del Instagram oficial de La Ruta, Cauca.	61
4.1 Objetivos de la sistematización y análisis	62
4.2 Fases, etapas de trabajo y producción de contenidos	63
4.3 Producción y difusión de contenido para la visibilización del trabajo de La Ruta, Cauca.	80
<b>Capítulo 5. Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca</b>	<b>83</b>
5.1 Manual de uso y manejo de Instagram.	83
5.2. Recomendaciones para el uso y manejo	84
5.3 Conclusiones	87
<b>Bibliografía</b>	<b>89</b>
<b>Anexos</b>	<b>90</b>

## **Agradecimientos**

Agradecemos a *La Ruta Pacífica de las Mujeres* a nivel nacional por aprobar el convenio para realizar nuestra pasantía. Un agradecimiento especial a la regional Cauca, y a Valeria Mosquera y Alexandra Guerrero por abrirnos las puertas a este espacio. Por sus consejos, su paciencia, su apoyo a pesar de las dificultades y por haber confiado en nuestras manos para la creación del Instagram del movimiento como su red social principal.

A la Universidad del Cauca, específicamente al departamento de Comunicación Social, por su formación durante estos nueve semestres con docentes altamente capacitados. Agradecemos el apoyo en la realización de este proyecto de grado. A nuestra directora de proyecto, la profesora Sandra Patricia Navia Burbano por la guía y compañía para llevarlo a cabo. A nuestros compañeros de carrera por hacer de cada semestre algo especial, por compartir espacios, experiencias y vidas dentro y fuera del recinto universitario.

### **María José.**

A mi familia, por confiar en mí incluso cuando ni siquiera yo lo hacía, gracias por impulsarme a ser la mejor en todo lo que he deseado en mi vida. A mi mamá por ser una mujer fuerte que nos brindó un buen ejemplo. Agradezco especialmente por sacarnos adelante y por ser tan consentidora. A Eva por ser mi segunda mamá, por su amor incondicional, sin duda alguna sos el tipo de mujer que quiero llegar a ser cuando sea grande (más grande). A Cami por sus consejos, regaños, y por la escucha. A Babi por confiar en mí

desde el primer día, por ayudarme a culminar mis estudios y a hacer este sueño realidad, esto no hubiera sido posible sin ti. Y por último a mis gordos, Ela y Cris que fueron mi apoyo en momentos donde ni siquiera yo sabía cómo me sentía, por sus besos, ronroneos y masajitos, son mi polo a tierra.

**Juliana.**

Muchas gracias a mis papás Oyden y Milady, por el apoyo y la compañía durante este proceso académico, su paciencia y amor incondicional fueron claves para realizar cada una de mis metas propuestas. Mi gratitud y amor a Dante y a Mara, por ser mis aliados cuando más los necesitaba.

## Resumen

*La Ruta Pacífica de las Mujeres*, es un movimiento feminista nacional que trabaja por el bienestar de las mujeres afectadas en zonas rurales a raíz del conflicto armado del país. Se compone por 300 organizaciones que cuentan con más de diez mil mujeres trabajando en distintos departamentos del territorio nacional, entre esos, el Cauca. *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca* está conformada por Valeria Mosquera, Alexandra Guerrero y por varias mujeres que realizan aportes desde distintas áreas como el diseño de contenido y la publicación en redes sociales de invitaciones, piezas conmemorativas y comunicados.

Tras realizar un análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional y regional, se logró determinar que *La Ruta* a nivel nacional cuenta con una página web y perfiles en *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, mientras que, a nivel regional, solo contaba con un perfil en *Facebook*, en donde se replicaba la información compartida a nivel nacional y se divulgaban algunos comunicados de situaciones dadas en el departamento. Este análisis concluyó que *La Ruta Cauca* carecía de un plan de manejo de redes sociales que incorpore la producción de un contenido que responda a las necesidades del movimiento en el departamento y que a su vez visibilice el trabajo realizado. Conclusión que fue la base para el planteamiento del problema y para proponer la justificación de realizar una pasantía en Comunicación que brindará unas recomendaciones del uso y manejo de las redes sociales.

El desarrollo de la pasantía realizada en *La RPM*<sup>1</sup> Se dividió en tres grandes actividades. La primera actividad, por un lado, se enfocó en el análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional para clarificar el tipo y el lenguaje empleado

---

<sup>1</sup> *La Ruta Pacífica de las Mujeres*, en adelante *La RPM* o *La Ruta*

en los contenidos publicados. Por otro lado, se analizó los contenidos a nivel regional para esclarecer las necesidades de *La Ruta Cauca*. La segunda actividad fue a partir de los resultados diagnósticos la producción y difusión de contenidos creados con enfoque de género para *La RPM*. La última actividad se basó en la sistematización y el análisis de los datos arrojados por la plataforma de Instagram, para dar paso a la redacción de recomendaciones sobre el uso y manejo de información en las redes sociales a manera de una serie de recomendaciones para el uso y manejo de Instagram.

**Palabras clave:** La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca, Conflicto Armado, Género, Territorio, Difusión de Contenidos

## Introducción

*La Ruta Pacífica de las Mujeres* es un movimiento feminista, que trabaja por el bienestar de las mujeres afectadas en zonas rurales a raíz del conflicto armado del país. Se compone de 300 organizaciones que cuentan con más de diez mil mujeres trabajando en distintos departamentos del territorio nacional. Desde 1996, ha trabajado en el Cauca por el respeto de los derechos humanos de las mujeres afectadas por la violencia del territorio. Su trabajo, les ha permitido crear en el departamento el *Espacio Regional de Paz*, y en 2012 la creación de La Secretaría de la Mujer en compañía de la Gobernación del Cauca.

*La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca* está conformada principalmente por Valeria Mosquera y Alexandra Guerrero. En ocasiones reciben apoyos externos para áreas específicas como el diseño de contenido y la publicación de invitaciones, piezas conmemorativas y comunicados. *La RPM Cauca*<sup>2</sup> cuenta con el apoyo externo de profesionales en el área de psicología con enfoque de género para asesorar cada caso de forma específica. Poseen alianzas con organizaciones como la *Corporación de Mujeres Ecofeministas (Comunitar)*<sup>3</sup>, que al igual que *La Ruta*, trabaja por la defensa de los derechos de las mujeres, y aportan a la construcción de una paz que busca despatriarcalizar la sociedad. En conjunto, *La Ruta* y *Comunitar* brindan acompañamiento jurídico y psicológico a mujeres que desean salir de algunas zonas del departamento en donde son violentados sus derechos.

Para la formulación del proyecto de grado, realizamos un análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional y regional. Nos interesaba conocer el

---

<sup>2</sup> *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*, en adelante *La RPM Cauca* o *La Ruta Cauca*

<sup>3</sup> *Corporación de Mujeres Ecofeministas, Comunitar*. Es una organización comprometida con la defensa de los derechos de las mujeres, de los derechos étnicos y ambientales.

movimiento y diferenciar los tipos de comunicación trabajados en redes sociales. Gracias a este acercamiento se logró determinar que *La Ruta* a nivel nacional cuenta con una página web<sup>4</sup> y perfiles en Facebook<sup>5</sup>, Instagram<sup>6</sup> y Twitter<sup>7</sup>. A nivel regional, *La RPM Cauca* solo contaba con un perfil en Facebook<sup>8</sup> en donde se replicaba la información compartida a nivel nacional y se divulgaban algunos comunicados de situaciones dadas en el departamento.

Este análisis concluyó que *La Ruta Cauca* carecía de un plan de manejo de redes sociales que incorporara la producción de un contenido que respondiera a las necesidades del movimiento en el departamento y que a su vez visibilizara el trabajo realizado. Dicha conclusión fue el objetivo principal del proyecto de trabajo de grado que se consolidó en el convenio con *La Ruta Cauca* para el desarrollo de la pasantía en comunicación.

El desarrollo de la pasantía realizada en *La RPM* se dividió en tres grandes actividades. La primera, se enfocó en el análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional para clarificar el tipo de lenguaje empleado en los contenidos publicados. Después, se analizaron los contenidos a nivel regional para esclarecer las necesidades de *La Ruta Cauca*. La segunda actividad fue la implementación de los resultados diagnósticos en la producción y difusión de contenidos creados con enfoque de género para *La RPM*. La última actividad se basó en la sistematización y el análisis de los datos arrojados por la plataforma de Instagram, para dar paso a la redacción de recomendaciones sobre el uso y manejo de información en las redes sociales del movimiento.

---

<sup>4</sup> <https://rutapacifica.org.co/wp/>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/rutapacificadelasmujeres/>

<sup>6</sup> <https://instagram.com/rutapacificam?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

<sup>7</sup> <https://twitter.com/RutaPacificaM?t=swfyDm2tEFAUMmvd7VF3ZA&s=03>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/RutaCauca/>

Para el análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional y regional, actividades de la primera parte de la pasantía, se tuvieron en cuenta factores como: plataformas empleadas, interacción con el público, frecuencia de publicaciones, análisis de contenido publicado y presencia, posicionamiento y reputación online. Estos factores reiteraron que, a nivel nacional, *La Ruta* cuenta con una página web<sup>9</sup> y perfiles en Facebook<sup>10</sup>, Instagram<sup>11</sup> y Twitter<sup>12</sup>.

La segunda actividad de la pasantía se enfocó en la implementación del resultado del diagnóstico como insumo para la elaboración de propuestas de producción y difusión de contenido en las redes sociales de *La Ruta Cauca*. Para esta actividad se tuvieron en cuenta factores como: categorías de contenido, público deseado, lenguaje, tono del mensaje a emplear, paleta de colores y gráficos acorde a los ideales del movimiento. Estos factores se clasificaron en tres secciones, 1) Actividades realizadas por el movimiento; 2) Historia, misión, visión y objetivos de *La Ruta Cauca* y 3) Pedagogía en diversos temas con enfoque de género.

La primera sección de la segunda actividad de la pasantía abordó todo el registro audiovisual de las actividades, como talleres y conferencias, realizadas por *La Ruta Cauca* en los territorios de Inzá y Popayán. La segunda sección se relaciona directamente con la historia, la misión, la visión y los objetivos del movimiento en el departamento. La tercera sección tuvo un enfoque educativo, pues *La Ruta Cauca* informa su trayectoria y educa a

---

<sup>9</sup> <https://rutapacifica.org.co/wp/>

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/rutapacificadelasmujeres/>

<sup>11</sup> <https://instagram.com/rutapacificam?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

<sup>12</sup> <https://twitter.com/RutaPacificaM?t=swfyDm2tEFAUMmvd7VF3ZA&s=03>

través de la socialización de conceptos sencillos pero fundamentales; como Los ODS<sup>13</sup>, el origen y la importancia del 25 de noviembre, el glosario de palabras claves para comprender los informes de La Comisión de La Verdad y los Acuerdos de Paz.

Establecer categorías para la producción y difusión de contenidos para *La RPM Cauca*, facilitó el lanzamiento del perfil de Instagram<sup>14</sup> y la divulgación interna y externa de piezas comunicativas. La propuesta para la difusión de contenidos en Instagram se inició con la presentación de referentes estéticos y de contenido a las directivas de la regional. Tras los encuentros de retroalimentación con las mismas, se depuraron las expectativas e ideales para visibilizar su trabajo en el departamento.

Posteriormente, se dividieron los temas a tratar en categorías, asignándoles un color acorde a la temática y a la identidad del movimiento. Aprobadas las categorías, se crearon y entregaron plantillas en formato post e historia de *Instagram*, respetando los elementos anteriormente expuestos. Estas plantillas se socializan en el capítulo 3 de este documento. Tras la aprobación se elaboraron dos parrillas de contenido, la primera fue publicada a lo largo del desarrollo de la pasantía (desde el 22 de diciembre del 2021 hasta el 25 de marzo del 2023), y la segunda fue entregada como respaldo, para ser publicada a futuro, según las consideraciones de *La Ruta Cauca*.

La tercera actividad fue la sistematización y el análisis de las estadísticas arrojadas por *Instagram*, para dar paso a la redacción de recomendaciones sobre el uso y el manejo de información en las redes sociales de *La Ruta Cauca*. La información divulgada estuvo

---

<sup>13</sup> Los Objetivos de Desarrollo Sostenible o ODS, son metas propuestas por 193 países para erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad para todos, como parte de la nueva Agenda de Desarrollo, adoptada desde el 2015 hasta 2030 (Departamento Nacional de Planeación, 2019).

<sup>14</sup> [https://instagram.com/rutapacifica\\_cauca?igshid=ZDdkNTZiNTM=](https://instagram.com/rutapacifica_cauca?igshid=ZDdkNTZiNTM=)

conectada con los discursos y las estrategias comunicativas establecidas por el movimiento a nivel nacional. Se espera que con estos insumos se contribuya a una futura estrategia comunicativa en función de las necesidades de *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*.

En el proceso de sistematización de la experiencia de la pasantía y para el desarrollo de este informe se estructuró este documento titulado *Producción y difusión de contenido para la visibilización del trabajo realizado por la Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca, a través de recomendaciones del uso y manejo de las redes sociales*, en cinco capítulos: Género, territorio y comunicación; *La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca*; *Plan de trabajo*; *Metodología* y Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, regional Cauca.

**Género, territorio y comunicación** es el ensayo final exigido dentro del reglamento del programa de Comunicación Social para la presentación de un trabajo de grado. En este primer capítulo reflexionamos sobre el nexo entre los conceptos de género, territorio y comunicación desde la perspectiva de género que adquirimos durante la pasantía con *La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca*. Aquí describimos nuestra experiencia como pasantes y rescatamos los discursos relevantes para la comprensión del accionar y pensar del movimiento desde la línea teórica trabajada en conjunto con *La Ruta Cauca*.

El segundo capítulo se titula **La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca** y describe el contexto y la trayectoria de *La Ruta*, en el departamento Cauca. Contextualiza los inicios del movimiento feminista a nivel nacional y plantea el problema que dio origen a la realización de esta pasantía.

El capítulo 3 o **Plan de trabajo** aborda la comunicación con perspectiva de género siguiendo las directrices del movimiento. Partimos del análisis realizado sobre el posicionamiento, presencia y reputación online de *La Ruta* y nos enfocamos en la forma en cómo emplean el lenguaje en redes sociales como Facebook, Instagram y página web del movimiento a nivel nacional. En este capítulo describimos los objetivos de trabajo de la Pasantía, delimitamos el problema y determinamos la justificación para la elaboración de unas recomendaciones para el uso y manejo de las redes sociales. Además, incluimos referentes visuales y de contenido de cuentas que tratan temas con enfoque de género.

El cuarto capítulo o **Metodología** desarrolla el objetivo principal de este trabajo de grado, es decir, el proceso de creación y divulgación externa e interna de contenido, a través de dos fases de trabajo y siete etapas que incluyen las tareas específicas elaboradas durante la pasantía. En este capítulo, además, incluimos la sistematización y el análisis del Instagram oficial de *La Ruta, Cauca*.

Finalmente, el quinto capítulo o **Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, regional Cauca**, corresponde al producto final de los resultados obtenidos durante la pasantía. El manual contiene la redacción de una serie de recomendaciones sobre el uso y el manejo de la plataforma de Instagram. Este documento anexo recopila los principios básicos de identidad del movimiento, origen, historia, datos de contacto, Organigrama, Objetivos, Principios, Misión, Visión y formas de uso del logo. Este manual de uso y recomendaciones es un insumo que servirá a *La Ruta, Cauca* para elaborar diversos manuales, de estilo, de diseño y de comunicaciones.



## Capítulo 1. Género, territorio y Comunicación

Género, territorio y comunicación son conceptos claves y amplios que deben ser definidos desde una perspectiva de género para la comprensión del trabajo desarrollado por *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* enfocándose en sus 27 años de ejercicio militante y feminista en la región. *La Ruta* es un movimiento nacional feminista y pacifista que lucha en pro a los derechos de las mujeres víctimas del conflicto armado en el país.

*La Ruta Pacífica de las Mujeres* surge en 1996 como un movimiento de mujeres orientado a trabajar por la salida negociada del conflicto armado. Se nombra movimiento porque está compuesta por más de 300 organizaciones de diferentes territorios y de diversa conformación; también es un movimiento por su perspectiva política hacia una negociación que soporte un nuevo pacto social y político incluyente de las mujeres y que remueva las bases y estructuras patriarcales de la sociedad. Para desarrollar su trabajo a partir del año 2002 creó la figura “Consortio Ruta Pacífica” que le permitiera formalizar los procesos organizativos, administrativos y financieros; a partir del 2013 formaliza este proceso con la creación de la Asociación Movimiento Feminista Por la Paz Ruta Pacífica de las Mujeres con personería jurídica. De tal manera que la Ruta ha incorporado dos niveles interdependientes para cumplir con su objetivo misional: Uno es el movimiento, encargado de la apuesta política – misional de la Ruta; y el segundo es la Asociación Movimiento Feminista por la Paz, que cuenta con reconocimiento jurídico y se encarga de la administración de los recursos gestionados por el movimiento y la estructura de funcionamiento y operativa. Estos niveles trabajan en estrecha relación y han permitido el fortalecimiento del movimiento Ruta Pacífica, así como de responder por las obligaciones emanadas de los convenios y contratos para desarrollar la apuesta misional (Estructura de la Ruta Pacífica de las Mujeres, s.f.).

La estructura organizativa de *La RPM* describe el accionar político y social encaminado a replantear el concepto de género dentro del sistema patriarcal. Por lo tanto, el concepto de género sirve para entrelazar las apreciaciones sobre el territorio desde la comunicación. Este capítulo tiene tres subcapítulos *¿Por qué hablar desde el género?*, *El cuerpo de las mujeres como territorio de guerra* y *Hablar de comunicación desde el morado*.

*¿Por qué hablar desde el género?* Es el primer subcapítulo donde se expone la definición de género desde las autoras, Joan Scott, Judith Butler, Marcela Lagarde y Galyn Rubin. Las perspectivas sobre el género estudiadas por las tres autoras tienen puntos de convergencia con relación a los roles de género, la dominancia de un género sobre otro y la necesidad de que las sociedades rompan con los estereotipos, buscando la equidad entre los géneros.

Desde un concepto de género feminista expandimos la cuestión del territorio al cuerpo femenino, citando a Silvia Federicci y Marcela Lagarde. También revisamos a los autores Bernardo Manzano Fernández y Arizaldo Carvajal quienes nos enfocan el territorio como un espacio de representación. *El cuerpo de las mujeres como territorio de guerra*, es el segundo subcapítulo que muestra el panorama general del territorio caucano, como espacio de representación inmaterial usado por *La Ruta Pacífica de Mujeres* para su accionar político. Consideramos pertinente reconstruir la historia del departamento exaltando la violencia vivida en el suroccidente colombiano, para comprender la violencia territorial y el cómo se expanden esas violencias sobre los cuerpos femeninos. La relación entre Violencia y Territorio con perspectiva de género consolida el carácter misional de *La Ruta* y los contextos de las mujeres partícipes del movimiento en el Cauca.

El tercer subcapítulo se llama *Hablar de comunicación desde el morado*, donde profundizamos sobre la comunicación con perspectiva de género, empleando los argumentos de Marcela Lagarde, Mario Kaplún y Rosa María Alfaro. Nos interesa resaltar cómo la teoría y la perspectiva de género consolidan las estrategias comunicativas en torno a la educación, el compromiso social y la comunicación participativa.

## 2.1 ¿Por qué hablar desde el género?

Joan Scott<sup>15</sup>, en su texto *El género: una categoría útil para el análisis histórico* entiende el género como una categoría de investigación desde la cual se puede analizar y estudiar las relaciones sociales entre hombres y mujeres. La autora afirma que señalar el elemento esencial de dichas relaciones, evidencia las diferencias entre ambos géneros y su repercusión dentro de una sociedad donde el rol de las mujeres se ha enmarcado en lo establecido por y para los hombres (Scott, 1985, pág. 21).

Desde los símbolos culturales y las concepciones a nivel normativo sobre el género en la sociedad, tratados por Scott para definir el concepto, es factible analizar cómo a lo largo de la historia de la humanidad, el sistema patriarcal ha encontrado formas diversas de expresarse, materializarse y perpetuarse, hasta llegar a la normalización de la violencia sobre los cuerpos femeninos. Las características de este sistema, fortalecido por la educación y la crianza familiar, conllevan a que las mujeres deban vivir dentro de cualquier tipo de territorio bajo el mando de los hombres o al servicio de ellos. El sistema perpetúa el deber como sinónimo de obediencia de las mujeres hacia las masculinidades institucionalizadas. Estas condiciones desiguales conllevan a actos de discriminación, falta de oportunidades y formas amplias de violencia que fortalecen los discursos de la carencia de derechos y privilegios hacia el género femenino (Scott, 1985, pág. 23-24).

---

<sup>15</sup> Joan Wallach Scott o Joan Scott, historiadora norteamericana que se enfoca en la historia de género, historia de las mujeres y la historia intelectual.

Esta carencia de derechos y privilegios también es tratada por la autora Judith Butler<sup>16</sup>, quien a través de su escrito *El género en disputa* reflexiona sobre lo qué es femenino, sin caer en definiciones biológicas mujer/hombre. Lo femenino es una construcción cultural que se relaciona con un problema a nivel social, debido a que se reproduce desde una idea biológica, funcional, psicológica a través de un discurso patriarcal (Butler, 1990, pág. 38). El discurso más propagado, repetitivo y naturalizado, se enfoca a que el género es un concepto binario que se divide entre masculino y femenino. Esta percepción reduce el desarrollo del género a un rol o identidad preestablecida socioculturalmente, limitando la participación de las mujeres en ámbitos sociales y políticos y en contraste fortaleciendo el discurso masculino en los mismos ámbitos (Butler, 1990, pág. 50-51). Butler concluye que el género está construido desde aspectos culturales y por lo tanto no es posible limitarlo con el concepto biológico de sexo, ni a esencias naturales de sujeto, pues son percepciones asumidas desde una matriz heterosexual (Butler, 1990, pág. 54).

Las repercusiones del discurso patriarcal y heteronormativo en las condiciones sociales de cada género se complementa con lo expuesto por la autora Gayle Rubin<sup>17</sup> en *El tráfico de mujeres: notas sobre "la economía política" del sexo*, donde afirma que la historia está llena de estudios etnográficos con pensamientos arcaicos que dan paso a múltiples mecanismos de intimidación y subordinación por parte del género masculino, con el fin de poner a las mujeres en su lugar, es decir a labores netamente domésticas (1975, pág.100). Rubin realiza un análisis de una serie de escritos entre esos *El Capital* de Marx, donde se asocia el progreso del trabajador con el cumplimiento de las necesidades biológicas del cuerpo masculino, asumiendo y reforzado la idea de que la mujer es catalogada como "una

---

<sup>16</sup> Judith Butler es una filósofa judeo-estadounidense que ha realizado aportes significativos en campos feministas y su enfoque principal es la teoría queer.

<sup>17</sup> Gayle Rubin es una antropóloga estadounidense la cual se desempeña como activista y teórica feminista

*de las necesidades del trabajador*” (Rubin,1975, p.101), donde a las mujeres se les niega la oportunidad de ser líderes, independientes financiera y socialmente hablando.

Si relacionamos los textos de Rubin y Butler, con los estudios de Scott, comprendemos que la dominación de un género sobre otro es originada por la reproducción de los discursos patriarcales que fortalecen la división de roles como un ejercicio de interacción entre géneros para definir su concepto y el territorio en el que se desarrollan, por ejemplo, Mujer/Femenino/Espacios domésticos. Las definiciones de género se sostienen por elementos de poder patriarcal basándose en las diferencias entre ambos géneros, ya sean aspectos biológicos, psicológicos o sociales; donde se reproducen inequidades y desigualdades en ámbitos laborales, salariales, académicos, institucionales, entre otros (Scott, 1985, pág.26)

Para Butler, el género es un concepto en constante debate y debe ser pensado por fuera de las ideas ligadas a la utilidad de cada género. La diversidad de definiciones de género construye formas de representación que definen el género desde una perspectiva asociada al sexo, la sexualidad y el cuerpo, por ello es necesario repensar el concepto de género desde diferentes *“discursos interdisciplinarios y posdisciplinarios para escapar de la domesticación de los estudios de género o de los estudios de la mujer dentro del ámbito académico y para radicalizar la concepción de crítica feminista”* (Butler,1990, pág. 42- 43).

La propuesta de Butler se enfoca en desnaturalizar el concepto de género desde la interdisciplinariedad académica sin olvidar las luchas cotidianas que tocan problemas de desigualdades económicas, políticas, psicológicas y sociales. La conclusión de Butler se relaciona y fomenta la comprensión del principio del accionar político que posee La Ruta como movimiento feminista en su trabajo territorial.

Las definiciones de género desarrolladas por Rubin, Butler y Scott, son conceptos teóricos que intentan definir el género desde el mundo académico. En contraste, Marcela Lagarde<sup>18</sup>, en *El género, la perspectiva de género* considera que hablar de género es tener en cuenta el resumen entre dos conceptos: la teoría de género y la perspectiva de género. Esta doble perspectiva fortalece la visión crítica de la teoría de género para cuestionar el por qué la perspectiva de género ha tenido desde siempre una mirada netamente masculina (Lagarde, 1996, pág. 13- 14). Para Lagarde, la perspectiva de género es una apuesta que permite el análisis y la resignificación del concepto desde las prácticas cotidianas. *“La perspectiva de género tiene como uno de sus fines contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres”* (Lagarde, 1996, pág. 13).

Si bien, la perspectiva de género tiene como objetivo reconstruir y resignificar ámbitos sociales y políticos de la mano de las mujeres. Desde el enfoque crítico de Lagarde es factible considerar la necesidad de que la humanidad reconozca la existencia de la diversidad de géneros. La autora resalta que la subordinación de un género sobre otro puede ser un obstáculo para el desarrollo y democracia del mismo. Lagarde, expone los aportes del accionar desde una perspectiva de género, que al replantearse modos de organización dentro de una sociedad que ha sido regida desde la inequidad entre hombres y mujeres; arroja elementos violentos, opresores y dañinos; y al evidenciar las inequidades, se lucha por contribuir con nuevos conocimientos, argumentos y planteamientos dentro del diario vivir (Lagarde, 1996, pág. 5).

---

<sup>18</sup> María Marcela Lagarde o Marcela Lagarde es una activista, antropóloga e investigadora mexicana dedicada a estudios sobre el feminismo y el concepto de género.

Los insumos para comprender y debatir el concepto de género en términos de teoría y perspectiva fueron suministrados por las militantes de *La Ruta Pacífica de Las Mujeres Cauca*; quienes socializaron su interés de desarrollar las comunicaciones desde una perspectiva de género y no desde una teoría. Por medio de la exploración de los argumentos de género de las autoras, Scott, Butler, Rubin y Lagarde, se desarrollaron dos objetivos para la ejecución del plan de trabajo de esta pasantía. El primer objetivo fue la comprensión de los principales puntos dentro la labor de *La Ruta Pacífica de Las Mujeres* a nivel regional; como movimiento feminista que busca deconstruir la herencia del sistema patriarcal, resaltando que el papel de la mujer ha estado determinado por la división de trabajo, el ejercicio de poder y la violencia sobre los cuerpos y mentes femeninas. El segundo objetivo, se enfocó en la planeación y creación de contenidos comunicativos con enfoque de perspectiva de género; visibilizando a través de las metodologías pedagógicas empleadas por *La Ruta, Cauca* durante sus actividades y trabajos dentro del territorio.

Estos dos objetivos ofrecen dos características primordiales, la comunicación con enfoque de perspectiva género para visibilizar la militancia de un movimiento feminista y la necesidad de una educación con perspectiva de género, donde se reconozca el carácter educador del movimiento en la ejecución de talleres y actividades. Dos características que obedecen a las estrategias comunicativas vitales de *La Ruta Pacífica de Las Mujeres*.

Los insumos obtenidos desde la reflexión del concepto de género, la perspectiva de género y el accionar del movimiento feminista, consolidó el trabajo desarrollado dentro de la pasantía, enfocado en la creación de contenidos comunicativos con enfoque de perspectiva de género. En los contenidos propuestos empleamos el concepto de género como un hilo

conector para reflexionar sobre la relevancia de educar comunicando, resaltando los espacios donde las mujeres partícipes de *RPM Cauca*, compartían sus experiencias y situaciones dentro del territorio con el fin de validar el papel de ellas en su comunidad y que a su vez impulsará un replanteamiento sobre factores repetitivos, normalizados y dañinos para ellas mismas y su territorio.

## **2.2. El cuerpo de las mujeres como territorio de guerra**

Para abordar el concepto de territorio se revisó a Bernardo Manzano<sup>19</sup> (2008) con su texto *“Sobre la tipología de los territorios”* donde define territorio como *“el lugar donde desembocan todas las acciones, todas las pasiones, todos los poderes, todas las fuerzas, todas las debilidades, es donde la historia del hombre plenamente se realiza a partir de las manifestaciones de su existencia”* (2008, pág. 2). Esta definición permite hablar de territorio como un espacio físico e inmaterial en el cual convergen las vivencias y saberes de distintos sujetos que conviven entre sí.

Manzano (2008, pág. 1-5) recalca que el término Territorio al ser usado por diferentes disciplinas de las ciencias humanas y sociales, es un concepto difícil de definir. El autor revisa diferentes autores que trabajan el concepto y realiza una tipología que divide en dos formas el territorio. El Territorio material y el Territorio inmaterial. Para Manzano, el territorio material agrupa dos formas de Territorio, el espacio donde se distinguen los territorios de Estado y la gobernanza institucional pública y privada, y el Territorio donde se

---

<sup>19</sup> Bernardo Manzano Fernández, Es investigador asociado a la Universidad Estadual Paulista, Brasil

limita la propiedad material como tal, un espacio físico disputado en las zonas urbanas o rurales. Estos territorios se constituyen a partir de diferentes relaciones de poder entre clases sociales.

El aporte de Manzano (2008, pág. 15-16) es incluir un tercer tipo de territorio intangible, que hace parte de la forma inmaterial del mismo. Para el autor este territorio es inmaterial y diverso, pues es el único que está en constante cambio, es posible entenderlo como la representación que adopta cualquier sujeto que habite y conviva con otros en un mismo espacio. En este territorio la representación se realiza cuando el sujeto se identifica con el lugar en el que ha permanecido a lo largo de su vida y por ello, el territorio pasa a ser entendido también, como ese espacio que ha sido un escenario de permanentes enfrentamientos por intereses económicos y políticos. Manzano, por su parte, enfatiza en un territorio inmaterial, el cual está relacionado con el proceso de construcción de conocimiento y sus interpretaciones. La importancia de este tipo de territorio está en que es la base de todos los territorios. Es imposible, pensar en los diferentes territorios sin pensar en los territorios inmateriales, es decir, en la manera en cómo las personas y los grupos piensan y forman esos territorios.

El Departamento del Cauca es un territorio de representación inmaterial, diverso y conflictivo, es el espacio contextual donde desarrolla el accionar militante de *La Ruta Pacífica de Las Mujeres*. El Cauca como escenario de representación está cargado históricamente de conflictividades, violencias y procesos de resistencia que tensionan los discursos políticos, económicos e ideológicos. Manzano (2008, pág. 5), describe este tipo de territorio como un escenario multiterritorial y multidimensionalidad donde coexisten diversas dimensiones que conviven con los sujetos. El Cauca es un territorio multidimensional que

disputa espacios físicos con fines de dominio social, pero que al mismo tiempo es un espacio de construcción colectiva, que le permite a quien lo habita y a la madre tierra ser uno solo.

A partir de lo anterior, es importante reconocer que la perspectiva teórica de Territorio varía según la disciplina y el objetivo de análisis, pues la experiencia que vive la persona que habita el territorio es distinta a la de la persona que lo visita. Arizaldo Carvajal<sup>20</sup> (2011) también describe el Territorio como un lugar de representación donde se originan y encuentran conocimientos, tradiciones y culturas que se relacionan directamente con la población, representando particularidades del espacio que habitan. (Carvajal, 2011, p.90).

Concluimos que estos dos autores describen una forma de territorio como un espacio de representación condicionado por cuestiones de clase, raza y género. Entender el concepto de territorio desde la representación es vital para el análisis y la comprensión de los códigos y condiciones territoriales con perspectiva de género. Para el caso de esta pasantía, abordar el territorio desde la representación femenina es identificar las formas como las mujeres que actualmente habitan el departamento del Cauca coexisten con las normas, los conflictos y las ideologías multi diversas de los otros sujetos. Además, permite visibilizar las transformaciones y repercusiones de los enfrentamientos armados en el cuerpo de las mujeres; condicionando así el pensar y accionar de muchas mujeres testigas y víctimas de la guerra.

Para trabajar la perspectiva de género de *La RPM* fue crucial entender en primer lugar los distintos códigos que se forjan en cada espacio, desde los códigos de vestimenta hasta las costumbres y las condiciones territoriales que el contexto les ha impuesto a las mujeres de las

---

<sup>20</sup> Arizaldo Carvajal Burbano, Sociólogo de Univalle. Especialista en Teoría y Métodos de Investigación en Sociología, Universidad del Valle. Magíster en Cooperación Internacional, Universidad Complutense de Madrid.

zonas rurales del departamento del Cauca. De esta forma, comprender que la sociedad ha impuesto condiciones sobre el cuerpo de las mujeres rurales y las ha limitado a cumplir "funciones" de reproducción, de trabajo explotado y no remunerado. Gracias a la misión y visión de *La Ruta Pacífica de las Mujeres*, entendemos el territorio y el desarrollo de este, como un espacio físico inmaterial que ha permitido a las mujeres nutrirse de saberes, y las ha llevado a ser generadoras y regeneradoras de lugares donde se reproduce la vida.

El Colectivo *Miradas Críticas del Territorio desde el Feminismo* (2017) escribió una guía metodológica para mujeres que defienden sus territorios que se titula *Mapeando el cuerpo-territorio. Guía metodológica para mujeres que defienden sus territorios*. Esta guía contempla pautas de talleres para elaborar con mujeres periféricas en territorios diversos y reúne una serie de conceptos con perspectiva de género, para aprender sobre las relaciones entre territorio, cuerpo y feminismo. El colectivo describe a las mujeres periféricas como sujetos que trabajan las tierras y revitalizan los recursos que han sido arrebatados por medio de agresiones físicas, verbales y psicológicas en sus territorios. En este sentido, la guía afirma que sobre el tiempo de las mujeres que defienden sus territorios se han ejercido violencias históricas y opresivas que existen en el cuerpo, como primer territorio y que se reproducen también en el territorio histórico que ellas habitan que es la tierra.

La idea de territorio-cuerpo es ampliamente trabajada por Silvia Federicci<sup>21</sup> quien describe, como históricamente, los hombres han definido el papel de la mujer dentro de la sociedad. Federicci retoma sucesos como la cacería de brujas desde el siglo XVI y XVIII en Europa para reflexionar “*La principal iniciativa del Estado, con el fin de restaurar la*

---

<sup>21</sup> Silvia Federici, escritora, profesora, activista feminista y marxista italo-estadounidense que debate primordialmente sobre el rol del trabajo femenino y la violencia ejercida sobre el cuerpo de las mujeres.

*proporción deseada de población, fue lanzar una verdadera guerra contra las mujeres, claramente orientada a quebrar el control que habían ejercido sobre sus cuerpos y su reproducción”* (Federici, 2010, p.149). Federicci resalta que esta guerra contra las mujeres surge del deseo de recuperar el poder patriarcal sobre las brujas, mujeres que tenían conocimientos y libertades sobre sus cuerpos.

Es así como, a través del tiempo, el cuerpo de las mujeres se visibiliza como un instrumento de reproducción y trabajo. El concepto de reproducción en el sistema patriarcal incentiva el trabajo no remunerado de las mujeres en el hogar, donde el cuidado y crianza de los hijos son acciones reducidas e invaloradas como trabajo económicamente remunerado y, al contrario, es categorizado como un deber de las mujeres dentro del sistema. Esta visión dio paso a que, en gran parte de las sociedades, las mujeres fueran simples instrumentos al mando de los hombres, quienes “proveían” en sus hogares y trabajaban por el bienestar de estos (Federici, 2010, pág. 154).

Federici realiza un acercamiento a la instrumentalización histórica de los cuerpos femeninos asociados al cuidado del hogar, donde resalta que dicha instrumentalización no corresponde a un territorio en particular; por ejemplo para el caso de América Latina, las feministas comunitarias bolivianas que pertenecen al Colectivo *Miradas Críticas del Territorio desde el Feminismo* (2017) describen que la explotación y desigualdad en el trabajo desarrollado por las mujeres latinoamericanas se origina previo a la conquista europea.

El trabajo obligatorio de las mujeres al interior de su hogar ha perdurado hasta la actualidad, pues a pesar del avance y de la lucha de las mujeres dentro de sus sociedades para

reivindicar su posición, en países como Colombia, y en específico en el departamento del Cauca a raíz de la guerra vivida en el territorio, los derechos de las mujeres han sido vulnerados, reproduciendo actos violentos contra sus cuerpos y sus mentes y perpetuando la misión femenina dentro del hogar para servir a los hombres, reproducir y criar hijos que sigan inmersos en estos espacios de guerra, e hijas que sirvan a ellos.

El conflicto armado en el departamento del Cauca se ha caracterizado porque “*ha habido una presencia histórica de diversos actores armados: las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc), el Ejército de Liberación Nacional (ELN), el Ejército Popular de Liberación (EPL), el Movimiento 19 de Abril (M-19), el Movimiento Quintín Lame, el Movimiento Jaime Bateman Cayón, el Comando Ricardo Franco Frente-Sur, el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT) y el Comando Pedro León Arboleda*” (Ávila, 2009, pág. 7). Estos múltiples actores dejan un escenario de abuso y violencia contra las mujeres en el territorio, pues son ellas quienes han sido instrumentalizadas como objetos de guerra para herir al enemigo.

La llegada de hombres —grupos paramilitares, empleados del Estado y militares—, a los territorios provoca que la mayoría de los espacios sean ocupados por ellos. Espacios que tenían un uso comunitario queda monopolizado por los hombres, generando nuevas relaciones de poder y dejando fuera de ellos a las mujeres y los infantes. Este hecho, unido a la incorporación de sentimientos de miedo e inseguridad por la presencia masiva de hombres desconocidos, reducen el espacio de vida de las mujeres y las confinan al espacio doméstico.

Para las mujeres el conflicto armado es un elemento que agrava y perpetúa la historia patriarcal, la violencia y discriminación contra las mujeres no surge sólo del conflicto armado; es un elemento fijo en la vida de las mujeres durante tiempos de paz que empeora y degenera durante el enfrentamiento interno (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, OEA, 2006.)

En 1963, se conoce la presencia del primer grupo armado en el Cauca, conocidos como las *Autodefensas campesinas de Ortega*. Para 1997, este grupo paramilitar se consolidó como las *Autodefensas Unidas de Colombia*. AUC, quienes se respaldan por un discurso de brindar seguridad al pueblo y al mismo tiempo estar al servicio de narcotraficantes. En este escenario, las AUC, desarrollan actos de violencia entre los habitantes del departamento del Cauca (Bolaños, 2012, pág. 14).

La situación de polarización y lucha de intereses de los actores armados al margen de la ley generó que las AUC con mayor proporción provocaran en los años 2001 y 2002 toda clase de hechos contra la población civil, como masacres, desplazamientos forzados, guerra psicológica, homicidios selectivos y múltiples, y amenazas a líderes de las organizaciones sociales en las zonas del norte, centro y sur del Macizo Colombiano (Gobernación del Cauca et al., 2004, pág. 21).

En una visita realizada a Colombia por parte de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en el año 2005, se establecieron cuatro tipos de manifestaciones de violencia hacia las mujeres en el marco del conflicto armado. En primer lugar, los grupos armados emplean distintas formas de violencia física, psicológica y sexual para "*lesionar al enemigo*" con el fin de avanzar en el control de territorios y recursos (CIDH, 2005, 21). En esta clase de violencia, las mujeres son abusadas a causa de sus relaciones (de sus parentescos o lazos familiares), pues son tratadas como objetos no solo sexuales sino también como seres inferiores.

Quizás más que el honor de la víctima, el blanco de la violencia sexual contra las mujeres es lo que se percibe como el honor del enemigo. La agresión sexual a menudo se considera y practica como medio para humillar al adversario. La violencia sexual contra la mujer tiene como objeto enrostrar la victoria a los hombres del otro bando, que no han sabido proteger a sus mujeres. Es un mensaje de castración y mutilación al mismo tiempo. Es una batalla entre hombres que se libra en los cuerpos de las mujeres (CIDH, 2005, pág. 17).

En segundo lugar, está el tipo de violencia que conlleva al desplazamiento forzado del territorio y, por ende, el terminar con su hogar, su vida dentro de la comunidad y su familia, pues esta violencia tiene como objetivo deshumanizar a las mujeres (CIDH, 2005, 18).

Mediante actos de violencia física, psicológica y sexual, los actores armados pretenden intimidar, castigar y controlar a las mujeres por tener relaciones afectivas con miembros del bando contrario, por desobedecer las normas impuestas por los actores armados, o por participar en organizaciones percibidas como enemigas. Sin embargo, estos actos no sólo tienen como objetivo el deshumanizar a las víctimas como mujeres. Estas agresiones sirven adicionalmente como una táctica para humillar, aterrorizar y lesionar al "enemigo", ya sea el núcleo familiar o la comunidad a la que pertenece la víctima (CIDH, 2005, pág. 18).

En tercer lugar, el reclutamiento forzado de las mujeres, destinado a obligarlas a tener relaciones sexuales con miembros de grupos armados, y, en cuarto lugar, la violencia destinada a hacerlas objeto constante de pautas de control social impuestas por grupos armados ilegales en poblaciones o territorios bajo su control (CIDH, 2005, pág. 22). El aspecto más importante para analizar sobre el daño causado a las mujeres por los abusos ejercidos en ellas a raíz del conflicto armado ha llevado a que distintos actores sociales estudien el daño causado en los cuerpos y en las mentes de las víctimas, tanto moral como psicológicamente.

Tengo una compañera que a ella y a la hermana la violaron dos jóvenes de las AUC. Ella tenía mucho miedo, pero se enteraron de que ella llegó sangrando, pasaron varios días y sangraba. La llevaron al médico y no aceptaba que el médico la fuera a examinar. Corría como una loca y no aceptaba que ningún hombre se le acercara. Tuvo que examinarla una enfermera y le hicieron exámenes y se dieron cuenta que había sido violada y que había quedado traumatizada moral y psicológicamente (CIDH, 2005, pág. 22).

Mientras lo masculino se relaciona con las actividades económicas de producción basadas en el control y la explotación de la naturaleza, lo femenino es considerado naturaleza sometida y subordinada que tiene que sostener la reproducción de la vida aun cuando los ecosistemas sean destruidos. Pensamos el cuerpo como nuestro primer territorio y al territorio

lo reconocemos en nuestros cuerpos: cuando se violentan los lugares que habitamos se afectan nuestros cuerpos, cuando se afectan nuestros cuerpos se violentan los lugares que habitamos.

Autoras como Rita Segato<sup>22</sup>, hablan de la manera en cómo las mujeres han sido objetos de guerra y la forma en la esta violencia se ha transformado en la actualidad. En sus palabras:

La guerra hoy se ha transformado, y algunos especialistas en su historia comienzan a examinar su diseño y listar sus nuevas características. Desde las guerras tribales hasta las guerras convencionales que ocurrieron en la historia de la humanidad hasta la primera mitad del siglo XX, el cuerpo de las mujeres, qua territorio, acompañó el destino de las conquistas y anexiones de las comarcas enemigas, inseminados por la violación de los ejércitos de ocupación. Hoy, ese destino ha sufrido una mutación por razones que tenemos pendiente examinar: su destrucción con exceso de crueldad, su expoliación hasta el último vestigio de vida, su tortura hasta la muerte. (Segato, 2013, pág. 18).

Según establece la experiencia en casos de tratamiento a víctimas de violencia física y sexual, el apoyo especializado y multidisciplinario frente al daño físico y psicológico del rechazo social, resulta vital. Por esta razón, nace la importancia de la presencia de un movimiento feminista como *La Ruta Pacífica de las Mujeres* en el departamento del Cauca. Pues el carácter misional de *La Ruta* es brindar apoyo a todas las mujeres que han sido víctimas de cualquier tipo de violencia dentro del conflicto armado, visibilizando el daño causado en el cuerpo y la mente de las mujeres que asisten a los talleres y las actividades desarrolladas en los territorios. *La Ruta*:

Surge públicamente en 1996 como respuesta a la grave situación de violencia que viven las mujeres en las zonas de conflicto, tanto rurales como urbanas. En los años de existencia, ha construido un modelo de actuación que se mantiene y perfecciona como parte de sus métodos de acción como son: la movilización (...), los plantones, la formación, el fortalecimiento de las organizaciones de mujeres en los territorios, la incidencia, el acompañamiento psicosocial y jurídico, y la gestión del conocimiento son parte de su legado organizativo. Todo ello dirigido a la construcción de sujeto social para lograr cambios a favor de los derechos de las mujeres. (¿Quiénes somos? *La Ruta Pacífica de las Mujeres*, s.f.).

---

<sup>22</sup> Rita Laura Segato es una escritora, antropóloga y activista feminista argentina

### 2.3. Hablar de comunicación desde el morado

Para hablar desde el morado, es esencial conocer el valor de este color y la causa que representa en la ideología feminista. Según el artículo *la trágica historia de por qué el morado es el color del feminismo* escrito por Guiomar Huguet Pané<sup>23</sup>, existen diversas teorías sobre la vinculación del color morado con el feminismo; una de las teorías más sencillas afirma que la razón de la importancia del morado es por ser el resultado entre la mezcla entre el color azul (asociado a lo masculino) y el color rosado (asociado a lo femenino), sin embargo, la teoría más fuertes se remite a un acontecimiento significativo en la historia (National Geographic, 2023).

El incendio en la fábrica textil *Triangle Waist Co.* fue una tragedia e injusticia dada en Nueva York, donde murieron 146 mujeres quemadas, las cuales trabajaban durante excesivas horas a cambio de una paga mal remunerada. Los reglamentos de la fábrica también eran inhumanos, se debía mantener las puertas aseguradas durante la producción, lo que entorpeció la salida de muchas mujeres durante la emergencia, dejando así el gran número de víctimas. El fuego creció rápidamente dentro de las instalaciones y emitía un humo de color morado debido a los textiles empleados para la elaboración de camisas. Desde este acontecimiento el morado se convirtió en el color de la lucha feminista en contra las injusticias que ha afectado a muchas mujeres a lo largo de los años (National Geographic, 2023).

---

<sup>23</sup> Guiomar Huguet Pané es Licenciada en humanidades en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Ejerce como editora y redactora en la página web de Historia National Geographic.

Para nosotras, hablar de comunicación desde una perspectiva de género debe resaltar el uso simbólico del morado como una referencia de la lucha histórica de las mujeres en la defensa de sus derechos. Así mismo, el color ha sido utilizado para reforzar el mensaje en medios de comunicación y redes sociales. Tal como afirma la autora Marcela Lagarde en el texto *El género, la perspectiva de género*, esta se ha convertido en un camino para fortalecer nuevas propuestas de visibilización, en las cuales se comparten descubrimientos, experiencias y conocimientos desde las mujeres, y a su vez incentivan a que esto sea comprendido y analizado por medio de consensos entre hombres y mujeres (Lagarde, 1996, pág 16).

En este ir y venir, en este fluir comunicativo de las mujeres, ellas se han globalizado, han aprovechado los canales formales e informales creados para intercomunicar a otros sujetos e intercambiar otros bienes, y se han colocado en espacios primordiales para impulsar la causa de las mujeres y hacerla una causa social, de mujeres y hombres, de organizaciones y organismos, de Estados y de instituciones internacionales (Lagarde, 1996, pág 16).

El argumento de perspectiva de género de Lagarde nos permite analizar la correlación entre comunicación y género, la cual da paso a una visión distinta de diversos acontecimientos dentro de la sociedad. Comunicar desde una perspectiva de género permite reforzar soluciones y alternativas a problemáticas que han sido invisibilizadas; es emplear la comunicación como un factor de cambio para hacer parte a las mujeres en construcciones sociales y políticas, donde por medio de sus aportes se convierten en las autoras de una lucha por un sistema democrático y equitativo entre ambos géneros. Asimismo, podemos abordar las responsabilidades que abarca la comunicación como ese factor de cambio al emplear una perspectiva de género.

Autoras como Rosa María Alfaro<sup>24</sup> (1986) en su escrito *Culturas populares y comunicación participativa: En la ruta de las redefiniciones*, expone un concepto basado en

---

<sup>24</sup> Rosa María Alfaro, comunicadora, investigadora y licenciada peruana que cuenta con estudios sobre la educación aplicada en ámbitos comunicativos y otras investigaciones acerca de la comunicación, política y desarrollo.

un compromiso social con los sectores populares, expresado como el *“pasar del compromiso con la palabra del pueblo a una propuesta más coherente y constructiva del uso de los medios para fomentar el diálogo entre la gente y con otros sectores sociales”* (pág. 287). Es decir, teniendo en cuenta este compromiso lo que se busca es romper con estereotipos de género, lenguajes sexistas y elementos discriminatorios que puedan replicar ideales del sistema patriarcal.

El concepto de comunicación participación propuesto por Rosa María Alfaro entra a jugar un papel importante en la transformación del mundo, pues ella establece que el término de comunicación participativa es un: *“Conjunto de prácticas comunicativas con sentido social (...) que busca unir de manera profunda el desarrollo individual y colectivo de los pueblos, el diálogo entre democracia y equidad como sentidos utópicos compatibles e inseparables en la nueva sociedad que queremos gestar”* (Alfaro, 2002, pág. 290).

La creación de vínculos entre la organización y la comunidad permite *“darle voz al que no tiene voz”* (Alfaro, 2002, pág. 200). Con este enfoque, consideramos que es posible fusionar los conceptos de perspectiva de género y comunicación participativa, para comprender la labor realizada por *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*. *La Ruta* elabora espacios, talleres y otras actividades, donde la participación de las mujeres del territorio refuerza e incentivan el compartir de experiencias, dificultades, dudas e intereses de mujeres pertenecientes a diversas comunidades con el objetivo de brindar herramientas para que ellas por sí mismas sean las promotoras de un cambio y creadoras de alternativas a las problemáticas que se presentan en sus territorios.

La intención educativa de la comunicación fue entendida en el desarrollo de este trabajo como práctica transformadora en cuanto a los derechos de las mujeres y la protección de estas. Para ello se retomó uno de los tres modelos de educación que Mario Kaplún que en su texto *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)* establece, tomando como referencia el tercer modelo educativo, el cual se centra en la persona y pone énfasis en el proceso, llamado por Paulo Freire como “*educación liberadora o transformadora*” (Freire, 1968, pág 47). La educación liberadora encamina a la democracia y su característica principal es que intenta romper con el modelo de educación tradicional, en el cual el educador se limita a informar; de esta manera incentiva a las personas a transformar su realidad (Kaplún, 2002, pág 58).

La intención educativa de la comunicación la identificamos en la labor pedagógica que tiene *La Ruta Pacífica de las Mujeres*, pues este movimiento acompaña a las mujeres partícipes en los talleres, a crear un proceso de aprendizaje, aceptación y reivindicación. El acompañamiento de la labor educativa de *La Ruta* estimula el análisis y la reflexión desde el acompañamiento jurídico y legal. Esta intención educativa es un aspecto importante para ser replicado durante la elaboración y divulgación externa e interna de los contenidos comunicativos durante la pasantía.

Durante el plan de creación de publicaciones para *La Ruta Cauca* se mantuvo la intención pedagógica y empoderadora con perspectiva de género para convertir las piezas visuales y audiovisuales creadas, en herramientas para reforzar los ideales y objetivos misionales del movimiento; además de apoyar a la construcción de espacios seguros y pacíficos donde las mujeres noten lo valiosas y necesarias que son para generar aportes culturales, sociales, económicos y políticos dentro del departamento. Los procesos de inmersión realizados al interior de los planes de trabajo de *La Ruta Cauca*, se observó que la

construcción de dichos espacios está altamente ligada a la intención de compartir aquellos conocimientos sobre sus derechos y beneficios como colombianas, con el fin de incentivar un cambio y prevención a la vulneración de estos.

Comunicar desde el morado se convirtió en un incentivo conceptual y visual que consolidó las piezas comunicativas a divulgar en las redes sociales del movimiento a través de una serie de categorías que incluyen: la selección de una paleta de colores acorde al pensamiento feminista, la creación de secciones con temáticas que resaltara el accionar femenino en la historia del país y por último el uso de un lenguaje no sexista, evitando elementos que replicaran posibles estereotipos de género. Estas categorías contribuyeron en la construcción del perfil en la plataforma de Instagram, manteniendo una coherencia entre la identidad del movimiento y el usuario dentro de cualquier red. El hablar desde el morado en las publicaciones, historias y demás productos divulgados internamente nos permitió responder a las necesidades expresadas por el movimiento desde una perspectiva e intención afín a su accionar e identidad como *La Ruta, Cauca*.

## Capítulo 2. La Ruta Pacífica de Las Mujeres

Este capítulo describe dos elementos relevantes dentro del desarrollo de esta pasantía; el primer elemento consiste en la descripción y recuento del propósito de *La Ruta Pacífica de Las Mujeres* a nivel nacional y regional, la importancia del accionar del mismo y la necesidad de visibilizar su trabajo en plataformas que se adapten a las necesidades de *La Ruta* en el departamento del Cauca. Es por esta necesidad que surge dentro de la pasantía el objetivo de adaptar las estrategias comunicativas nacionales del movimiento feminista *La Ruta Pacífica de las Mujeres* a las redes sociales de la Regional Cauca.

Este objetivo tomó como punto de partida el análisis de las dinámicas de interacción con un público objetivo en las redes sociales de *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*, a través de la difusión y creación de contenido sobre la labor del movimiento durante el tiempo de pasantía. Además, este análisis se desarrolló y complementó con un proceso de estudio online considerando factores importantes como su posicionamiento en el buscador de Google y la reputación en la web.

Los resultados arrojados por este estudio online dieron paso a el segundo elemento, el cual consistió en emplear dichos resultados como insumos para el lanzamiento de un perfil en Instagram y la construcción de una serie de recomendaciones que respondiera adecuadamente a sus necesidades como movimiento, donde se abordan factores considerados valiosos en la producción y publicación de contenido (formatos empleados, tono del mensaje, paleta de colores y gráficos de apoyo).

## 2.1. Contexto de La Ruta Pacífica de Las Mujeres, regional Cauca

A finales de los noventa, empezaron a nacer y forjarse organizaciones a favor de la sociedad ante la indiferencia del Estado con las necesidades de la población. Es durante este tiempo que los movimientos con el objetivo de proteger los derechos de las mujeres se aliaron con el fin de incentivar acciones y actos pacifistas a favor del papel de la mujer y de los derechos de las mismas en cualquier marco de conflicto. A raíz de lo anterior, por la situación de violencia que se estaba presentando en todo el país pero más a fondo en el Urabá antioqueño, nace en 1996 *La Ruta Pacífica de Mujeres*, que por medio de una movilización masiva en pro a la negociación política del conflicto armado (que se llevó a cabo desde distintas partes del País), llega a Antioquia con el propósito de brindar acompañamiento y protección a todas las mujeres que estaban sufriendo humillaciones, masacres, y vivían algún tipo de violencia física y/o mental (s.f , Ruta Pacífica De Las Mujeres).

En 1996 mujeres del Cauca nos alistamos para solidarizarnos con un pueblo que de la geografía de Colombia poco o nada conocíamos: Mutatá. Un pueblo, como tantos en Colombia, en los que los actores armados violaban mujeres, expropiaban territorios. Un sitio en el que el poder de las armas intimidaba y vulneraba el cuerpo individual, biológico, también el cuerpo cultural que hace posible la convivencia. Así, con euforia y solidaridad, desde la Primera movilización de la Ruta, en el Cauca emprendimos el proceso que, hoy 22 años después, seguimos cultivando para generar con-ciencias por la Paz. Un proceso que exige sentipensar la paz cotidiana, incluyente y creativa para hacer posibles las transformaciones individuales y colectivas para que en Colombia las mujeres seamos reconocidas, atendidas y valoradas como pactantes y constructoras de paz. (Memorando La Ruta Pacífica de las Mujeres, s.f.).

En los veinticinco años de trabajo, *La Ruta Pacífica de Mujeres* ha construido un modelo de actuación por medio del cual este movimiento feminista llama a la acción, recurriendo a “*la movilización, el fortalecimiento de las organizaciones de mujeres en los territorios, la incidencia, y el acompañamiento psicosocial y jurídico*”. (s.f , Ruta Pacífica De

Las Mujeres). Además de la realización de distintos talleres con mujeres, “*ONG feministas, redes de mujeres por los derechos sexuales y reproductivos, organizaciones ecológicas de mujeres, organizaciones de mujeres diversas y organizaciones de artistas*”, en representación de la diversidad étnica y cultural del país, para reconstruir el respeto, la dignidad y los valores básicos de las mujeres que fueron olvidados en el marco del conflicto armado en Colombia (s.f. Ruta Pacífica De Las Mujeres).

En la actualidad, *La Ruta Pacífica de Mujeres* está compuesta por 300 organizaciones, las cuales cuentan con más de diez mil mujeres trabajando en distintos departamentos del país, entre los cuales están Antioquia, Caquetá, Cauca, Nariño, Chocó, Huila, Valle del Cauca, entre otros. A nivel nacional, ejercen como comisionadas en el Consejo Nacional de Paz y hacen parte de la Cumbre de Mujeres y Paz, e internacionalmente hacen parte desde el año 2013 del grupo de mujeres que trabajan por la paz alrededor del mundo, Peace Women Across the Globe (s.f. Ruta Pacífica De Las Mujeres).

*La Ruta Pacífica de Las Mujeres* llega a Popayán en 1996. Desde su primer accionar en el Departamento emprendieron un proceso en el que después de veintisiete años siguen trabajando, es decir, visibilizar el maltrato y el abuso físico, psicológico y mental a las mujeres víctimas de la violencia armada y que estas a su vez logren ser reconocidas como constructoras de paz. Este movimiento ha hecho aportes significativos dentro del departamento como la creación de la Secretaría de la Mujer del Cauca y también del Espacio Regional de Paz. Desde los cuales han realizado análisis sobre el estado actual de los DDHH de las mujeres a nivel regional, logrando evidenciar las afectaciones de la violencia en el cuerpo y la mente de las mujeres víctimas del conflicto armado del País y ejerciendo como

voceras la exigibilidad ante las autoridades para la no impunidad de sus casos (Ruta Pacífica Regional Cauca, s.f.).

De la mano de este movimiento se han formado alianzas con 14 organizaciones en el Cauca, las cuales están divididas por subregiones; Oriente, (Proceso de Mujeres Misak, Comité de Mujeres de Inzá, Organización *Uywex Gaitana Fiw mujeres* - Semillas de la Gaitana) en los municipios de: Silvia, Inzá y Paéz; Norte Silvia, Inzá y Páez; Norte (Consejo consultivo de mujeres de Corinto Cauca, UOAFROC, Red de Mujeres de Caldono, Mujeres Víctimas de la Balsa, Proceso de Mujeres ACIN) en Villa Rica, Buenos Aires, Puerto Tejada, Caloto, Caldono, Miranda y Corinto; Centro (Asociación de Mujeres Astromelias, Asociación Mujeres Constructoras de Paz, Mujeres Tamboreras Popayán, Proceso de Mujeres del Resguardo de Piagua, Proceso de Mujeres *Kitek Kiwe*) en Popayán, Timbío y El Tambo y Sur (Proceso de Mujeres Maciceñas), en Balboa, Argelia, Almaguer (s.f. La Ruta Pacífica De Las Mujeres Regional Cauca).

Además, se han hecho aportes significativos como la creación de la Secretaría de la Mujer del Cauca y también del Espacio Regional de Paz. Desde los cuales han realizado análisis sobre el estado actual de los DDHH de las mujeres a nivel regional, logrando evidenciar las afectaciones de la violencia en el cuerpo y la mente de las mujeres víctimas del conflicto armado del País y ejerciendo como voceras la exigibilidad ante las autoridades para la no impunidad de sus casos (s.f. Ruta Pacífica Regional Cauca).

El proceso de *La Ruta, Cauca* basa su trabajo en la comunicación y en la capacidad social y crítica de los contenidos tratados. Tiene matices diferenciados según los distintos liderazgos dentro de la coordinación del movimiento en el Cauca; iniciando desde 1996 con

Socorro Corrales Carvajal, hasta 2002 donde se hace cargo de la coordinación Alejandra Miller Restrepo, la cual le entrega su cargo en 2015 a Juliana Andrea Rodríguez López y finalmente en el 2018 asumen la coordinación Valeria Mosquera Acosta y Diana Carolina Cano Pajoy (s.f. Coordinación La Ruta Pacífica Regional Cauca).

Cada coordinación da a conocer a la comunidad el trabajo realizado por *La Ruta Pacífica de Las Mujeres* implementando los discursos que a nivel nacional se comparten a través de las redes sociales como Facebook<sup>25</sup>, Instagram<sup>26</sup>, Twitter<sup>27</sup> y su página web<sup>28</sup>. En común, el movimiento nacional y sus sedes regionales realizan una presentación de *La Ruta* y el registro de las actividades que realizan.

## 2.2 Identificación del problema

En el departamento del Cauca, *La Ruta* al carecer de estrategias para el uso y manejo de redes sociales tienen un posicionamiento mínimo. Realizar un análisis de reputación, posicionamiento y presencia online, puede contribuir a la divulgación de publicaciones para posicionarse y atraer el público esperado.

Aunque *La Ruta Cauca* contaba con perfil en Facebook<sup>29</sup>, donde se compartía contenido de registro sobre sus actividades y sobre los impactos de la movilización social y procesos formativos que desarrollan en conjunto con mujeres en todo el Departamento; no

---

<sup>25</sup> <https://www.facebook.com/rutapacificadelasmujeres/>

<sup>26</sup> <https://instagram.com/rutapacificam?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

<sup>27</sup> <https://twitter.com/RutaPacificaM?t=swfyDm2tEFAUMmvd7VF3ZA&s=03>

<sup>28</sup> <https://rutapacifica.org.co/wp/>

<sup>29</sup> <https://www.facebook.com/RutaCauca/>

existía una parrilla de contenido con el carácter pedagógico e informativo que cumpliera con las necesidades del público objetivo ni un llamado a la acción hacia el mismo. Lo mencionado anteriormente se concluye al revisar la página web nacional de *La Ruta Pacífica de las Mujeres* y sus redes sociales, además de reuniones donde las directivas expresaron las intenciones planteadas sobre el lanzamiento de una cuenta en Instagram.

Así nace la idea del proyecto de trabajo de grado, de apoyar desde una pasantía, el trabajo realizado por *La Ruta Pacífica de Mujeres Regional Cauca*<sup>30</sup>, por medio del registro y visibilización de sus actividades, creando contenido que permita formular recomendaciones para el diseño de contenido en sus redes sociales y su página web.

### **2.3. Territorio, Representación y Comunicación**

El análisis realizado sobre los conceptos de Territorio, Representación y Comunicación desde los estudios realizados por Manzano Fernández, Carvajal, Colectivo *Miradas Críticas del Territorio desde el Feminismo*, Federici, Huguet, Lagarde, Alfaro y Kaplún, fueron fundamentales para la comprensión del territorio como un espacio inmaterial representativo y diverso de los sujetos definidos por clase, raza y género. Consideramos que ante la diversidad de territorios y formas de representación que tienen los sujetos que accionan al interior de los espacios, se debe definir formas de comunicación específicas que den cuenta de esa diversidad. En el caso de la pasantía con *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* el sujeto principal son las mujeres habitantes de territorios violentos y conflictivos del departamento, por esta razón, la comunicación del movimiento debe abordarse con

---

<sup>30</sup> Visitar *Ruta Pacífica de Mujeres Regional Cauca* <https://rutapacifica.org.co/wp/ruta-pacifica-regional-cauca/>

perspectiva de género y con enfoque territorial, enfatizando en la zona rural del departamento del Cauca, en el cual habitan gran parte de las mujeres partícipes de actividades y eventos realizados por *La Ruta, Cauca*.

Para pensar un territorio como el Cauca fue necesario tener en cuenta las secuelas de la guerra, y cómo esta repercute directamente en la mente y el cuerpo de las mujeres caucanas. Un cuerpo y mente es asociado como un territorio de guerra, donde las mujeres se ven representadas por una serie de códigos territoriales que rigen su accionar y un rol dentro de la sociedad. Un rol reproducido por un conflicto armado ajeno a ellas, donde sus cuerpos son cosificados y empleados como estrategias de guerra para herir al enemigo.

Es desde este punto que surge la necesidad de *La Ruta, Cauca* de conocer y tener en cuenta dichos códigos territoriales condicionados por el conflicto armado en el departamento. Al conocer estos códigos facilita emplear una comunicación con enfoque de perspectiva de género que fomentó en la visibilización de su trabajo y compromiso como movimiento feminista en el Cauca. Todo esto a través de herramientas digitales como Instagram y Facebook, donde se buscó replicar y adaptar su trabajo pedagógico de campo a un ámbito digital con un público más amplio y con un llamado a la acción por compromiso con el empoderamiento femenino.

## Capítulo 3. Plan de trabajo

En este capítulo se plantean los principales objetivos desarrollados en la pasantía y determinamos la justificación para la elaboración de unas recomendaciones para el uso y manejo de las redes sociales. Además, incluimos referentes visuales y de contenido de cuentas que tratan temas con enfoque de género. En este apartado, incluimos el proceso diagnóstico sobre el posicionamiento, presencia y reputación online de *La Ruta*. Relatamos los resultados encontrados durante el diagnóstico y como estos fomentan la identificación del problema principal para el desarrollo de este trabajo de grado. También abordamos la comunicación con perspectiva de género siguiendo las directrices del movimiento.

### 3.1. Objetivos de trabajo de la Pasantía

El plan de trabajo durante este tiempo de pasantía se desarrolló en función a dos objetivos: el primero consistió en la elaboración de un diagnóstico sobre el funcionamiento actual de las redes sociales de *La Ruta Cauca* a través de la recolección de información para posteriormente realizar un análisis a nivel interno y elaborar piezas comunicativas acorde a los intereses del movimiento en el departamento. El segundo objetivo se basó en la propuesta estratégica y en la elaboración de un manual con una serie de recomendaciones sobre el uso y manejo de redes sociales para *La Ruta Cauca*.

Durante el desarrollo de este primer objetivo se presentó el proyecto para la visibilización del trabajo de *La Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca*, a través de recomendaciones del uso y manejo de las redes sociales a las directivas. Se realizaron acuerdos para la recolección de información y posteriormente realizamos un análisis a nivel

interno en el cual se tuvo en cuenta el manejo actual del perfil de Facebook y la presencia, reputación y posicionamiento web en buscadores como Google. Este análisis arrojó que el medio principal para que *La Ruta Cauca* sea conocido en internet es la página web administrada a nivel nacional, en la cual brindan un panorama con información correspondiente a cada territorio y el trabajo que se lleva a cabo por cada regional. El diseño web de la página nacional respeta una paleta de colores acorde a la identidad del movimiento a nivel nacional y exponen la visión, la misión y los miembros que lo componen.

Para el segundo objetivo se inició con la redacción de una serie de recomendaciones sobre el uso y manejo de redes sociales para *La Ruta Cauca*; las cuales se elaboraron a raíz de los resultados y elementos arrojados por el análisis interno. Estos resultados permitieron a su vez la creación y lanzamiento de un perfil de Instagram como respuesta a las necesidades expuestas por parte del movimiento a nivel regional. Durante la creación de este perfil se planificaron temáticas a tratar, colores asociados a categorías y un tono para los mensajes a publicar; estos elementos respetando y manteniendo una coherencia con la identidad de *La Ruta Cauca*. La plataforma de Instagram fue de gran utilidad durante el funcionamiento del perfil, ya que nos permitió recolectar datos relevantes y necesarios tales como: posibles horarios de publicación, formatos con mejor acogida y herramientas para incrementar la interacción y alcance con el público.

Dentro de esta segunda frase se obtuvo el producto final de esta pasantía, el cual consiste en una serie de recomendaciones para el uso y manejo de Instagram para *La Ruta Cauca*. Estas recomendaciones cuentan con un breve recuento y contexto sobre el movimiento en la región, el organigrama y su misión y visión, empleando esto como punto de partida para la propuesta de posibles usuarios como público objetivo para sus redes sociales,

de estilo con colores y tipografía definida, por último, se encuentran las plantillas diseñadas para las categorías de publicación. (Ver anexo 1. Manual de uso y manejo de Instagram, La Ruta Cauca).



**Anexo 1.** Código QR PDF Manual de uso y manejo de Instagram, *La Ruta Cauca*

### **3.2. Diagnóstico, presencia y posicionamiento online de La Ruta, Cauca**

En la obtención de insumos y resultados sobre el posicionamiento online se emplearon palabras clave asociadas al movimiento en el buscador de Google, simulando ser un usuario externo. Durante este ejercicio se empleó la herramienta SEO<sup>31</sup>, la cual fue de gran utilidad para comparar y conocer el posicionamiento en Google del movimiento. Se observó cómo varían las posiciones dadas por el buscador dependiendo de la palabra usada; evidenciando así, como en algunas ocasiones *La Ruta Pacífica de las Mujeres* se encuentra por fuera de las tres primeras opciones de resultados para los usuarios como es el caso de “ayuda mujeres Popayán”, “mujeres empoderadas Popayán” y “vivas nos queremos Cauca”. Esto permitió reafirmar la relevancia de factores como la asociación entre el contenido y la

---

<sup>31</sup> *Search Engine Marketing* cuyo significado en español es Optimización para motores de búsqueda

identidad que se desea visibilizar en la web con las necesidades y búsquedas por parte de los usuarios, y de igual forma la experiencia de estos dentro de las plataformas. (Ver Tabla 1).

Palabras Clave	1 SEO	2 SEO	3 SEO
Ruta Pacífica Cauca	Sección de Ruta Cauca en la página oficial de Ruta nacional	Nota de la Gobernación del Cauca sobre Ruta Cauca.	Link del CRIC sin contenido sobre Ruta Cauca.
Ayuda mujeres Popayán	Secretaría de La Mujer Cauca	Alcaldía de Popayán	Secretaría de La Mujer Cauca
Mujeres empoderadas Popayán	Casa De La Mujer Empoderada	Secretaría de La Mujer Cauca	Magazín de la Casa de la Mujer Empoderada del Cauca
Vivas nos queremos cauca	Red Feminista Antimilitarista	#vivasnosqueremos - Twitter	Página web Ruta Pacífica de Mujeres Nacional
Feminismo Cauca	Un fantasma recorre el norte del Cauca - OpenEdition Journals	Cauca - Paz con mujeres - Corporación Humanas	Página web Ruta Pacífica de Mujeres Nacional

**Tabla 1.** Búsqueda SEO en el navegador de Google con palabras clave. Elaboración propia

Por otro lado, carecen de Marketing de Buscadores o SEM<sup>32</sup> a nivel regional.

Asimismo, *La Ruta Pacífica de Las Mujeres regional Cauca* no posee cuenta de Twitter ni el resumen que es brindado por Google, donde es posible conocer horarios de atención, ubicación en Google maps, contactos telefónicos y un espacio de interacción con comentarios, opiniones y preguntas por parte de los usuarios. Sin embargo, emplean WhatsApp como canal principal para la divulgación de información a nivel interno, valiéndose de grupos con contactos de mujeres participantes y en algunos casos estados por parte de las directivas; de estas actividades no se lleva algún tipo de medición o registro del alcance para el tipo de mensajes que comparten porque la aplicación no lo permite.

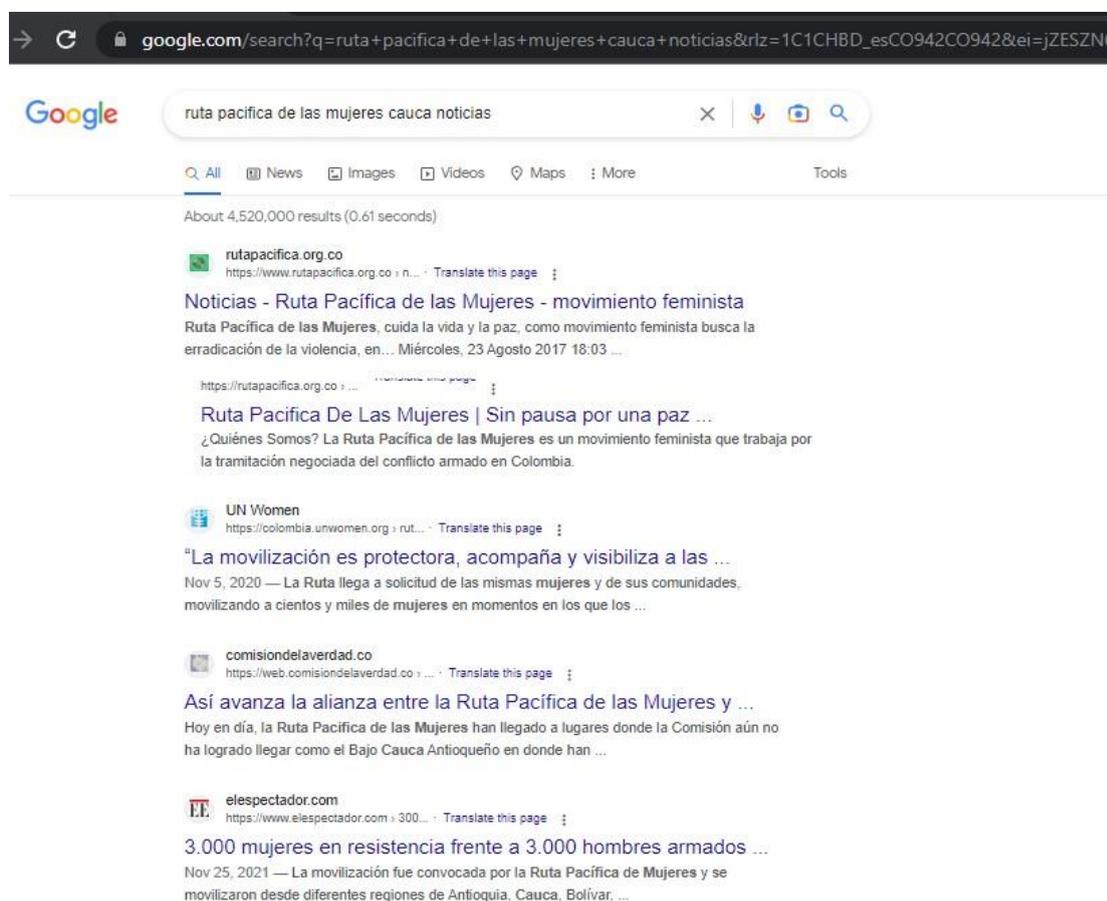
<sup>32</sup> *Search Engine Marketing*, es decir posicionamiento pago y privilegiado que redirige al usuario a campañas, publicidades, artículos o eventos relacionados al movimiento.

La red social con la que actualmente cuenta *RPM Cauca* es un perfil en Facebook para darse a conocer a un público distinto y más amplio, por fuera de las mujeres dentro de sus contactos telefónicos como en el caso de WhatsApp. En esta aplicación se comparten registros de sus actividades a nivel regional, adjuntando algunas piezas y comunicados con el fin de contextualizar sobre situaciones o acontecimientos relevantes dentro del territorio en el que actualmente trabajan, también es replicada constantemente información que *La Ruta Pacífica de las Mujeres Nacional* publica y comparte (imágenes, podcast, videos, comunicados y noticias alusivas a su trabajo como movimiento).

Durante el análisis de contenido publicado en las redes sociales y en la página web de este movimiento se tuvo en cuenta la creación de los mensajes como encabezados y contenidos, los cuales emplean un lenguaje sencillo y de fácil comprensión con un tono alentador y empoderador para las mujeres dentro de su público. Al centrarnos en los textos compartidos en el perfil de Facebook a nivel regional, vemos que estos tienen una intención pedagógica e informativa empleando noticias e infografías como respaldo del material compartido. Sin embargo, poseen poca interacción con el público, ya que gran parte de las publicaciones carecen de reacciones o comentarios por parte del mismo.

Respecto a la indagación sobre la reputación online del movimiento se halló que no existe información sobre las regionales, más que la compartida por la página web a nivel nacional, una pequeña nota realizada por la Gobernación del Cauca y algunos trabajos de grado relacionados con el movimiento; no poseen comentarios ni observaciones que puedan ser negativos o afecten la imagen online de *La RPM, Cauca*. En cuanto a mención o participación del movimiento dentro de notas periodísticas que hayan sido publicadas; arroja resultados que corresponden a fechas del 2021 y años anteriores, donde se enfocan en hechos

relacionados con mujeres partícipes o líderes de la sección regional de *La Ruta*<sup>33</sup> y a su vez dan a conocer el registro de algunas actividades y trabajos realizados o asociados con el mismo. (Ver Figura 1).



**Figura 1.** Resultado general de búsqueda de noticias sobre *La Ruta Cauca*. Fuente Google.

En primer lugar, Google arroja la sección de noticias dentro de la página web a nivel nacional, donde la fecha de la publicación más reciente corresponde al 2018; además presenta noticias acerca de distintas situaciones relacionadas con violencia de género dadas en el país y no específicamente en el departamento. (Ver Figura 2).

<sup>33</sup> *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*, en adelante *La RPM Cauca* o *La Ruta Cauca*



**Figura 2.** Resultado de búsqueda de noticias sobre *La Ruta Cauca*. Fuente Google

En segundo lugar, se encuentra el artículo publicado en la página web de la ONU Mujeres Colombia, el cual relata la trayectoria de La Ruta Pacífica de Las Mujeres, resaltando su trabajo, sus aportes, metas y su accionar significativo como movimiento feminista en el país. (Ver Figura 3.)



**Figura 3.** Resultado de búsqueda de noticias sobre *La Ruta Cauca*. Fuente Google.

En el tercer lugar se encontró una noticia publicada por La Comisión de La Verdad en su plataforma web, en la cual aborda el encuentro dado entre *La Ruta Pacífica de las Mujeres* y La Comisión de la Verdad para la respectiva firma de un acuerdo de entendimiento, en el que se reconoce el trabajo de documentación en el informe realizado por el movimiento con el registro de múltiples casos de violencia durante el conflicto armado. (Ver Figura 4).



**Figura 4.** Resultado de búsqueda de noticias sobre *La Ruta Cauca*. Fuente Google

Desde los resultados dados por el buscador de Google sobre las noticias relacionadas con el movimiento, fue posible concluir la ausencia de *La Ruta Pacífica de las Mujeres* a nivel regional dentro de hechos noticiosos publicados. Sin embargo, no se hallaron comentarios o publicaciones perjudiciales para la imagen online de *La Ruta Nacional*, lo que facilita su aparición en futuras noticias, teniendo la posibilidad de una favorable acogida por el público.

### 3.3. Problema y justificación

La formulación de recomendaciones para visibilizar el trabajo realizado por *La Ruta Pacífica de Mujeres* en el Cauca, se llevó a cabo con el fin de servir de insumo para creación a futuro de una estrategia comunicativa que se adapte a las condiciones que en el departamento se presentan, para que así, la implementación del manual de uso y manejo de redes sociales (que se entrega como producto final de este trabajo de grado) dentro de los diferentes perfiles online del movimiento, junto a la futura estrategia favorezcan las comunicaciones de *La Ruta, Cauca* con su público objetivo.

Además, de manera general, a las distintas organizaciones feministas les será de utilidad este proyecto al permitirles analizar y conocer más a fondo las recomendaciones dadas para la producción, difusión y divulgación de contenido en formatos visuales y audiovisuales para plataformas como Instagram. Esta utilidad es posible debido al factor diferencial del proyecto, el cual radicó en las estrategias que se emplearon para el desarrollo del mismo. Estrategias tales como el acercamiento a las mujeres y las propuestas que fueron desarrolladas para dinamizar sus redes sociales, cuyo objetivo fue generar un mayor conocimiento sobre las distintas leyes en pro a las mujeres, sensibilizar por medio de la visibilización del daño causado en el cuerpo y la mente de las mismas y evidenciar la incidencia política de este movimiento sobre lo ocurrido durante los cincuenta años de conflicto armado en Colombia.

### 3.4. Referentes del morado

Posteriormente, en la segunda fase del plan de trabajo ya expuesto, se dieron espacios de retroalimentación con las directivas a nivel regional donde se esclarecieron y establecieron las expectativas, necesidades y a su vez el tipo de público al que aspiraban impactar por medio de la propuesta de creación y lanzamiento del perfil en Instagram.

Se realizó la búsqueda de referentes dentro de la misma red social para la producción de la primera parrilla de contenido a publicar, teniendo en cuenta elementos útiles a nivel estético y estratégico respecto al manejo de información. El primer referente fue el perfil Dejusticia (@dejusticia<sup>34</sup>); el cual pertenece a una ONG dedicada al fortalecimiento del Estado de Derecho y a la promoción de los derechos humanos en Colombia y en el Sur Global. Promueven el cambio social e incentivan campañas de incidencia en foros de alto impacto y también diseñan programas educativos y de formación, una respuesta positiva por parte de sus seguidores.

Su contenido está creado y organizado para respetar un estilo en sus ilustraciones y paletas de colores. La información fue de gran utilidad debido a que tiene un aspecto pedagógico, con un lenguaje llamativo y de fácil comprensión para el usuario, ya que trata temas judiciales que comúnmente se desconocen. Sin embargo, dentro de sus publicaciones no poseen un enfoque de género. (Ver Figura 5 y 6).

---

<sup>34</sup> <https://instagram.com/dejusticia?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



**Figura 5.** Perfil de Instagram de la cuenta de Dejusticia. Fuente Instagram



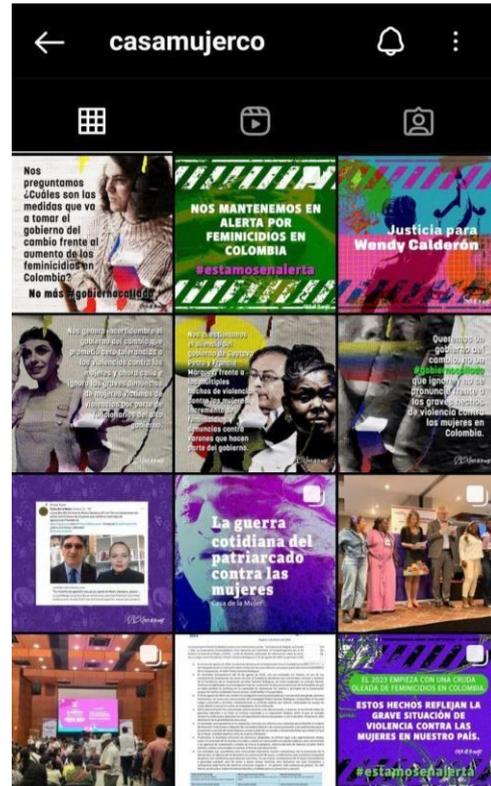
**Figura 6.** Perfil de Instagram de la cuenta de Dejusticia. Fuente Instagram

El siguiente referente fue la cuenta Casa de la Mujer @casamujerco<sup>35</sup>, la cual es una Organización feminista que se dedica a la promoción, protección y defensa de los derechos humanos de las mujeres; por ende, brindó insumos frente el manejo de información con enfoque de género a través de publicaciones que contextualizan, generar consciencia y empatía en sus seguidores empleando testimonios sobre las realidades de muchas mujeres en el país a raíz del conflicto armado. (Ver Figura 7 y 8).

<sup>35</sup> <https://instagram.com/casamujerco?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



**Figura 7.** Perfil de Instagram de la cuenta de Casa de la Mujer. Fuente Instagram de Casa de la Mujer.



**Figura 8.** Perfil de Instagram de la cuenta de Casa de la Mujer. Fuente Instagram de Casa de la Mujer.

La Articulación Feminista @articulacionfeministapopayan<sup>36</sup> fue otro referente sobre cómo abordar el empoderamiento femenino, ya que realiza publicaciones con el fin de incentivar el accionar de las mujeres en pro a sus derechos y contextualiza con el cubrimiento de eventos como movilizaciones dentro de la ciudad. (Ver Figura 9 y 10).

<sup>36</sup> <https://instagram.com/articulacionfeministapopayan?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



**Figura 9.** Perfil de Instagram de la cuenta de Articulación Feminista. Fuente Instagram de Articulación Feminista.



**Figura 10.** Perfil de Instagram de la cuenta de Articulación Feminista. Fuente Instagram de Articulación Feminista.

Por último se encuentran cuentas como: Aquelarre @aquelarreilustracion<sup>37</sup> y Manifiesta Media @manifiestamedia<sup>38</sup>, de las que se adquirieron aportes gráficos como la organización de publicaciones por medio de triadas, el uso de diseños sencillos pero llamativos al público y la selección de ilustraciones y colores acordes a las temáticas feministas; como son el morado y el verde. (Ver Figura 11, 12, 13 y 14).

<sup>37</sup> <https://instagram.com/aquelarreilustracion?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

<sup>38</sup> <https://instagram.com/manifiestamedia?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



Figura 11. Perfil de Instagram de la cuenta de Aquelarre. Fuente Instagram de Aquelarre.



Figura 12. Perfil de Instagram de la cuenta de Aquelarre. Fuente Instagram de Aquelarre.



Figura 13. Perfil de Instagram de la cuenta de Manifiesta. Fuente Instagram de Manifiesta



Figura 14. Perfil de Instagram de la cuenta de Manifiesta. Fuente Instagram de Manifiesta.

## Capítulo 4. Metodología

Este capítulo aborda lo realizado durante este trabajo que se enmarca bajo la modalidad de pasantía por medio de la cual se pretendió fomentar la visibilización de la labor realizada por La Ruta Pacífica de las Mujeres a través de un manual con una serie de recomendaciones sobre el uso y manejo de las redes sociales de esta organización. Para esto, se llevó a cabo una fase de diagnóstico y otra de estrategia que consistió en la elaboración de piezas visuales y audiovisuales, usando como base la información recolectada durante la fase diagnóstica desde su página web y entrevistas con las directivas y mujeres partícipes de actividades y talleres organizados por el movimiento en el departamento.

La pasantía en comunicación tuvo dos componentes de investigación, uno cualitativo desarrollado por nosotras, y otro de investigación-acción-participación del sentipensar de Orlando Fals Borda, usado por La Ruta en los talleres en territorio. Este componente de investigación tuvo un proceso de inmersión y retroalimentación con la comunidad que hace parte de *La Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca*, generando insumos visuales y de contenidos para abordar las comunicaciones del movimiento.

Fals Borda explica que “*Una de las características propias de este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento*” (Fals y Brandao: 1987, 18). El método IAP aplicado por *La Ruta, Cauca* sirvió en la creación de piezas comunicativas internas y externas. Gracias al IAP, y al trabajo colectivo para aprender, entender y construir un conocimiento propio con dinámicas de género, se consolidaron los intereses comunicativos del movimiento. El sentipensar, pensar sintiendo y sentir pensando, nos permitió como comunicadoras evidenciar

la realidad estudiada por medio de la participación de distintos eventos de *La Ruta Cauca*, en los cuales resaltaron dinámicas con el enfoque pedagógico que las directivas deseaban replicar en las piezas realizadas para la difusión y divulgación en sus redes sociales.

#### **4.1 Sistematización y análisis del Instagram oficial de La Ruta, Cauca.**

La sistematización y análisis del Instagram oficial de *La Ruta, Cauca* se empleó para el proceso de creación de contenidos y divulgación externa e interna del movimiento. Esta sistematización cuenta con información puntual otorgada por la plataforma de Instagram para diseñar objetivos, estrategias de divulgación y planificación de los contenidos. Los resultados permitieron la elaboración de un manual del uso y manejo de sus redes sociales, que se entregan en forma de anexo a este documento, y así mismo, una serie de recomendaciones que le permitirán al movimiento, crear estrategias comunicativas que se adapten en su totalidad a las necesidades de *La Ruta* en el departamento.

Durante el desarrollo de este subcapítulo se retoman los objetivos del proyecto de grado para evidenciar el cumplimiento a cada uno de estos según lo establecido en el cronograma que se tuvo en cuenta al desarrollar el proyecto y las actividades a las cuales asistimos como pasantes, además, se describen las fases y las etapas que fueron necesarias para la creación de un manual de uso y manejo de Instagram con una serie de recomendaciones que se encuentran al final de este capítulo y que hacen parte de la sistematización y análisis de las redes del movimiento.

El *Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* es un documento que contiene dos partes; la primera parte recoge la presentación de *La Ruta*

*Pacífica de las Mujeres* con su visión, misión y un breve recuento de su accionar como movimiento. La segunda parte describe el proceso de creación de esta sistematización y análisis teniendo en cuenta aspectos relevantes como los objetivos del análisis; la creación de plantillas para Instagram; el diseño de idea estrategia, la segmentación de público *user persona*<sup>39</sup>; el uso de hashtags en publicaciones; las estrategias de divulgación de contenido; el análisis de usuarios e interacción, las recomendaciones para las publicaciones y la programación de la parrilla de contenido y el horario de publicación.

#### **4.1 Objetivos de la sistematización y análisis**

Para el desarrollo de este manual en específico, se tuvieron en cuenta aspectos mencionados en el capítulo anterior, tales como el análisis de reputación, posicionamiento y presencia online de *La Ruta Pacífica de las Mujeres* a nivel nacional, y por medio de la inmersión en talleres con otras mujeres que conforman el movimiento a nivel departamental, fue posible conocer y establecer las necesidades principales de las redes sociales de *La Ruta, Cauca*.

Para el desarrollo del *Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* se establecieron tres objetivos, el primero generó información sobre los propósitos colectivos de *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*, el segundo difundió contenidos dinámicos y actualizados que resalten la importancia de los proyectos y propósitos del movimiento *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca*, y finalmente el tercero, redactó una serie de recomendaciones que le permitirá al movimiento tener una base para una estrategia comunicativa que integre todas las necesidades de *La Ruta Pacífica de las Mujeres* en el

---

<sup>39</sup> *User Persona* es un perfil de un usuario actual o ideal para una cuenta dentro de una red social.

departamento del Cauca. Para cumplir con estos objetivos se establecieron dos fases. La *Fase I Creación y producción de contenido* estuvo compuesta de cinco etapas, y la *Fase II Divulgación de contenidos* que contó con dos etapas.

#### **4.2 Fases, etapas de trabajo y producción de contenidos**

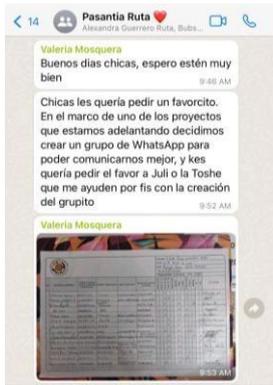
Recordemos que el desarrollo de la pasantía realizada en *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* se dividió en tres grandes actividades. La primera actividad, por un lado, se enfocó en el análisis de contenidos de las redes sociales del movimiento a nivel nacional para clarificar el tipo y el lenguaje empleado en los contenidos publicados. Por otro lado, analizó los contenidos a nivel regional para esclarecer las necesidades de *La Ruta Cauca*. La segunda actividad fue la implementación de los resultados diagnósticos en la producción y difusión de contenidos creados con enfoque de género para *La RPM*. La tercera actividad fue la sistematización y el análisis de los datos arrojados por la plataforma de Instagram, para dar paso a la redacción de recomendaciones sobre el uso y manejo de información en las redes sociales del movimiento.

*Recomendaciones para el uso y manejo de Instagram* corresponde al producto final del proyecto de grado titulado Producción y difusión de contenido para la visibilización del trabajo realizado por la Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca, a través de recomendaciones del uso y manejo de las redes sociales. En este producto se plasmaron los pasos a seguir para dar cumplimiento de objetivos principales de dicho proyecto, entre estos la creación y divulgación de contenido.

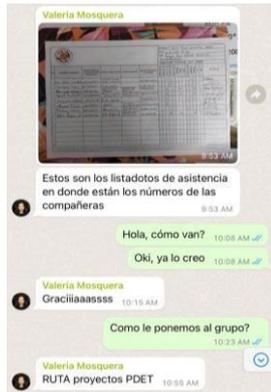
Para el desarrollo de las *Recomendaciones para el uso y manejo de Instagram*, se contó con dos fases de trabajo. La Fase 1 trata sobre la creación y producción de contenidos que se ejecutaron durante la primera actividad de la Pasantía. Esta fase tiene 5 etapas. Etapa I. Recolección de información; Etapa II. Análisis de contenido; Etapa III. Acercamiento en talleres y grupos focales; Etapa IV. Creación de contenido para plataformas digitales y Etapa V. Planeación de guía, citación y logística de los Grupos Focales.

**Fase 1. Creación y producción de contenido.** El objetivo principal de esta fase fue dividir el trabajo de análisis y de creación en 5 etapas que evidenciaran el trabajo comunicativo realizado en la primera actividad de la pasantía, para recolectar información, generar acuerdos con el cliente, revisar los antecedentes comunicativos de la organización, acompañar a *La Ruta, Cauca* en su proyecto educativo y trabajo con grupos focales para tener insumos para la creación de contenidos.

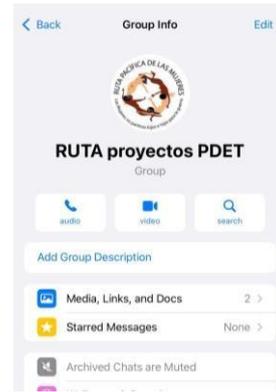
**Etapa I. Recolección de información.** Esta etapa tuvo como propósito el conocer a fondo a la organización y el modo de trabajo de esta. Para cumplir con esto, se definió un método de investigación de tipo cualitativo; entrevistas a las directivas del movimiento, que fueron acerca de diez reuniones con ellas (Ver Figura 18, 20 y 21), para discutir temas como la expectativa de la realización de esta pasantía y el propósito de la difusión que se realizó del contenido en las redes sociales de *La Ruta Pacífica Cauca*, además de la creación de distintos grupos de WhatsApp para concertar los espacios de talleres con otras mujeres (Ver Figura 15,16,17,19,22 y 23).



**Figura 15.** Comunicación directa con directivas para concertación de talleres con integrantes del movimiento. Fuente Archivo personal



**Figura 16.** Comunicación directa con directivas para concertación de talleres con integrantes del movimiento. Fuente Archivo personal



**Figura 17.** Creación de grupo de WhatsApp para concertación de talleres con integrantes del Movimiento. Fuente Archivo personal



**Figura 18.** Comunicación directa con las directivas. Fuente Archivo personal.



**Figura 19.** Comunicación directa con las directivas para concertación de talleres con integrantes del movimiento. Fuente Archivo personal



**Figura 20.** Comunicación directa con las directivas. Fuente Archivo personal.



**Figura 21.** Comunicación directa con las directivas. Fuente Archivo personal.



**Figura 22.** Comunicación directa con las directivas. Fuente Archivo personal.



**Figura 23.** Creación de grupo de WhatsApp para concertación de talleres con integrantes del Movimiento. Fuente Archivo personal

**Etapla II. Análisis de contenido.** Se realizaron varios ejercicios de inmersión a las redes sociales de la organización a nivel nacional y departamental con el propósito de analizar todo el contenido publicado, el tipo de lenguaje utilizado, la estética de las publicaciones y el público al

cual está dirigido el contenido. A partir del análisis se crearon dos fichas para recolectar las estadísticas de las publicaciones que se publicaron posteriormente en Instagram, estas fichas fueron categorizadas por día, horario y tipo de publicación (Ver Anexo 2. Código QR PDF estadísticas de las publicaciones en el perfil de Instagram), se tuvieron en cuenta las cuentas alcanzadas, las cuentas que interactuaron, el número de likes, comentarios, y las veces que se compartió la historia o publicación.



Anexo 2. Código QR PDF Estadísticas de publicaciones Instagram

En la ficha de las historias de Instagram específicamente se creó una categoría que brindaba información sobre los seguidores o no seguidores que miraban el contenido, y en el caso de las publicaciones se tuvo en cuenta si los usuarios llegaban al contenido desde el inicio, por visitas al perfil o por otra razón. Estas fichas fueron útiles para analizar el mejor horario para publicar, e identificar el tipo de contenido y de herramientas de participación como las que ofrece la aplicación en las historias, que alcanzaron mayor interacción. (Ver Anexo 3. Código QR PDF estadísticas de historias).



Anexo 3. Código QR PDF estadísticas de historias

**Etapa III. Acercamiento en talleres y grupos focales.** Se llevó a cabo una recolección de insumos visuales y audiovisuales como registro de proyectos desarrollados dentro del cronograma de trabajo. A partir del contenido analizado en la **etapa II**, se crearon las invitaciones a los talleres realizados por el movimiento en el departamento y productos sobre las actividades y talleres, por medio de los cuales fue posible recopilar información sobre los proyectos realizados por el movimiento y las historias de vida de las integrantes de este. A

continuación, se socializan descripciones breves con información relevante para cada uno de los 7 talleres y la actividad de la estrategia comunicativa para las mujeres en Inzá.

### Taller 1. Hotel Camino Real, Popayán

Taller dirigido a medios de comunicación para debatir entre estos y familiares de víctimas de desaparición forzada, la manera que se debe tratar una noticia de desaparición sin que sea amarillista o irrespete a la familia de la persona desaparecida.



**Figura 24.** Imagen tomada durante el desarrollo del taller. Fuente Archivo Personal

Realizado el 09 de julio de 2022 en el Hotel Camino Real, Popayán.

*Charla para periodistas “Claves para cubrir la desaparición”.* Trabajo en conjunto con Cruz Roja y Unidad de Búsqueda de Personas Desaparecidas. A este taller asistimos como representantes de *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca.*



Sábado 9 de julio de 2022  
de 8:00 a.m. a 3:00 p.m.  
Lugar: Hotel Camino Real  
Calle 5 N.º 5-59 · Popayán



**Figura 25.** Invitación Comité Internacional de la Cruz Roja. Fuente Archivo Personal

## Taller 2 y 3 Elaboración de diseño de invitaciones para talleres en Popayán

Taller 2 donde se realizó un ritual de intercambio de semillas y se inauguró la imagen realizada en un muro por parte de mujeres del departamento. Asistimos como pasantes de *La Ruta, Cauca* para hacer registro fotográfico.

Taller 3 realizado en compañía de una psicóloga, dos representantes de *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* y mujeres del departamento en donde se contaron sus historias de vida y se realizaron actividades para que sanen heridas de su pasado. En este taller, asistimos como participantes y como pasantes de *La Ruta* al realizar el registro de fotografías y videos para la actividad final.



**Figura 25.** Invitación al taller realizada por nosotras. Fuente Archivo personal



**Figura 26.** Invitación a taller realizada por nosotras. Fuente Archivo personal



**Figura 27.** Elaboración de diploma para certificación de talleres. Fuente Archivo Personal

## Taller 4. Barrio La Pamba, Popayán

Taller de comunicación para mujeres enfocado en la importancia de los canales de comunicación alternativos, y el uso de aplicaciones móviles para la realización de podcast rurales.

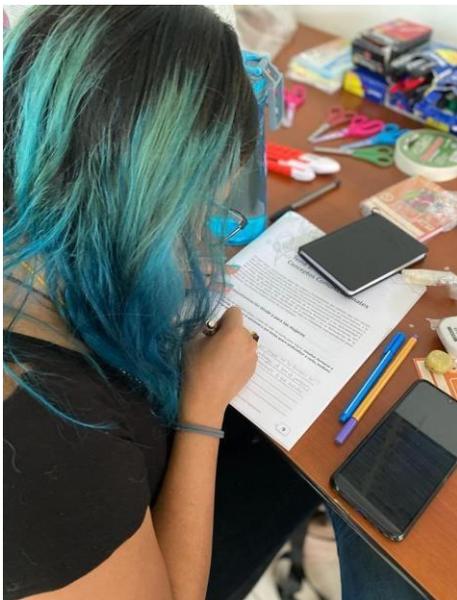


**Figura 28.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal

Realizamos la elaboración de diseño de invitación para el taller y asistimos como pasantes de *La Ruta, Cauca* para hacer el registro de fotografía y video. El taller se realizó el 12 y 13 de agosto de 2022.



**Figura 29.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal



**Figura 30.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal



**Figura 31.** Creación de invitación al taller realizada por nosotras. Fuente Archivo personal

## Taller 5. Casa Marista, Popayán.

Taller de *La Ruta Pacífica de las Mujeres, Cauca* y *Agenda para la Paz* donde se realizó un video denuncia por los asesinatos presentados el anterior año a mujeres en el departamento del Cauca.



**Figura 32.** Grabación de video denuncia en taller.  
Fuente Archivo personal

Asistimos como pasantes de *La Ruta, Cauca* para la elaboración del video. El taller se realizó el 23 de agosto de 2022 en la Cra. 9 N 9 - 18.



**Figura 33.** Grabación de video denuncia en taller.  
Fuente Archivo personal

## Taller 6. Casa Marista, Popayán.

Encuentro de Justicia Restaurativa de las mujeres:  
Taller enfocado a enseñar sobre la justicia restaurativa y cómo funciona en el País con enfoque de género.



**Figura 34.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal

Asistimos como pasantes para realizar el registro visual del taller. Se realizó el 13 y 14 de octubre de 2022 en la Cra. 9 N 9 - 18.



**Figura 35.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal

## Taller 7. Vega de Prieto, Popayán.

Escuela de Arte y Sanación: Taller de dos días enfocado a hablar de las experiencias de vida de las participantes, y hacer catarsis por medio de un collage que representó para ellas lo que significaba ser mujer.



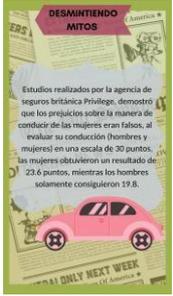
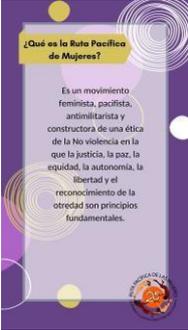
**Figura 36.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal

Asistimos como pasantes para hacer el registro de las fotografías del espacio para la elaboración del collage. Se realizó el 14 y 15 de octubre de 2022.



**Figura 37.** Fotografía tomada durante la realización del taller. Fuente Archivo personal

**Etapas IV. Creación de contenido para plataformas digitales.** Para la creación del contenido se realizó un registro de las **actividades de la etapa II**, esto para tener imágenes para diagramar y hacer el contenido dinámico y atractivo para el público de nuestro interés. Además, se realizaron varios comunicados e invitaciones compartidas en plataformas como WhatsApp y Facebook, y se hizo entrega de un portafolio con información detallada para la creación del perfil de Instagram tal como tipografía, secciones y colores, además de dos parrillas de contenido, una que fue publicada y otra que se entregó como respaldo para futuras publicaciones del movimiento, el diseño de una estrategia comunicativa para el municipio de Inzá en el departamento del Cauca, la grabación y postproducción de un video denuncia, el registro de actividades por medio de fotografía y video, creación de grupos de WhatsApp para compartir información del movimiento, asistencia a varios talleres en representación de la Regional Cauca, la entrega de una propuesta para conmemorar el día de la mujer indígena y la entrega de un avatar para sus redes sociales. Con lo realizado en estos meses se buscó resolver también, el segundo objetivo de la pasantía, adaptando el contenido del movimiento a nivel nacional a las necesidades de la regional por medio de la parrilla de contenido publicada en Instagram. Para cumplir con esto, se establecieron categorías diferenciadas por colores, tales como se muestra en la tabla 2:

Color	Categoría	Objetivo	Diseño
Verde	Desmintiendo mitos	Empoderar a las integrantes del movimiento por medio de ejemplos de mujeres en la historia.	
Morado claro	Temas de interés	Informar sobre temas que responden a las necesidades e intereses del movimiento y de las mujeres que hacen parte del mismo.	
Naranja	Comunicados	Dar a conocer la posición del movimiento frente a situaciones de violencia e injusticias dentro del departamento.	
Morado oscuro	Ruta Pacífica de las Mujeres	Contar sobre la historia de <i>La Ruta</i> , desde su inicio a nivel nacional hasta la conformación del movimiento en la Regional, así mismo los objetivos y principios de ellas.	

<b>Rosado</b>	Festividades	Visibilizar el trasfondo de fechas importantes para <i>La Ruta Pacífica de Las Mujeres</i> . (Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, Cumpleaños como movimiento, Día de la Mujer, Día de la Mujer Indígena, etc.)	
<b>Azul claro</b>	Glosario	Explicar palabras relevantes de contextos específicos para facilitar el entendimiento de estos a las personas que entren al perfil para tener información.	
<b>Tabla 2.</b> Categorías para creación y divulgación de contenidos. Fuente Elaboración propia			

De igual forma, se hizo entrega de otra parrilla de contenido con la intención de ser empleada como respaldo para futuras publicaciones después de la finalización de esta pasantía, dentro de esa se resaltan puntos específicos sobre el trabajo de La Comisión de La Verdad (representada con el color azul oscuro) y Los Acuerdos de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC (representada con el color blanco).

**Etapa V. Planeación de guía, citación y logística de los Grupos Focales.** Se utilizó la información recolectada de los talleres y actividades de celebración como insumo de creación de contenido. Al llevar a cabo un proceso de inmersión donde como pasantes se participó dentro de ciertas actividades mencionadas en la Etapa III, se obtuvieron datos de vital importancia que permitieron responder el tercer objetivo de este proyecto de grado, generando información sobre los propósitos colectivos de la regional Cauca a través de la interacción con distintos grupos focales, que además fue fundamental para el lanzamiento del perfil de Instagram y la estructuración de posibles usuarios y públicos objetivos de la misma red social. Dichos espacios permitieron establecer algunas categorías relevantes para la divulgación del contenido; tales como la edad, su ocupación, la zona del departamento donde reside, el formato de productos que más consume, sus pasatiempos y el interés por hacer parte de las actividades del movimiento. A raíz de esto, se realizaron ajustes a la propuesta del portafolio de contenido

entregado en el tercer encuentro con las directivas. Se enfatizó en categorías que fueran acorde a los intereses expresados por las mujeres participantes y por las mismas directivas.

**Fase 2. Divulgación del contenido.** Tras la aprobación por parte de las directivas de *La Ruta, Cauca* de la propuesta de contenido para publicar en su perfil de Instagram<sup>40</sup>, se tuvieron en cuenta dos etapas finales (etapa VI y etapa VII), para la publicación del contenido, estas son:

**Etapa VI. Aprobación del contenido a publicar.** Posteriormente se presentaron las propuestas de contenido a las personas encargadas de las redes sociales del movimiento *La Ruta Pacífica de las Mujeres regional Cauca*. Los productos comunicativos fueron diseñados respetando la ideología, misión y visión del movimiento feminista. A través de las publicaciones se pretendió orientar a las personas, ya que por medio de estas se busca informar y brindar a los usuarios herramientas para comprender el trabajo del movimiento dentro del territorio y temas relacionados al mismo como: El Informe Final de La Comisión de la Verdad y Los Acuerdos de Paz.

### **Piezas para divulgación interna**

Fueron productos visuales que fueron aprobados por las directivas, aunque su divulgación se realizó directamente por ellas a través de canales personales y privados. A continuación, mostraremos dos de las piezas terminadas trabajadas para el movimiento. La primera pieza fue inspirada en fotografías reales de *La Ruta, Cauca*, la cual fue vectorizada para ser utilizada en comunicados y como fondo para piezas visuales en el Instagram del movimiento a nivel regional. (Ver Figura 39). La segunda imagen fue creada a partir de lo que *La Ruta, Cauca* quería transmitir, la idea para su creación fue un avatar que refleja lo que el movimiento es a nivel regional por medio de una musa, cuyos rasgos fueron creados en compañía de las directivas de la regional Cauca. Sus colores representan los colores del

---

<sup>40</sup> [https://www.instagram.com/rutapacifica\\_cauca/](https://www.instagram.com/rutapacifica_cauca/)

movimiento, el morado, en distintas tonalidades, y el verde que es un símbolo feminista al representar la lucha por el derecho al aborto. (Ver Figura 40).



**Figura 39.** Pieza número 1. Archivo personal



**Figura 40.** Pieza número 2. Archivo personal

### **Etapa VII. Publicación de contenido en redes sociales y digitalización de resultados**

**obtenidos.** Tras la aprobación de la parrilla de contenido para el perfil de Instagram, se efectuó el cuarto objetivo del proyecto de grado, el cual buscó difundir contenidos dinámicos y actualizados que resalten la importancia de los proyectos y propósitos del movimiento, esto se realizó publicando tres imágenes o videos semanales desde el 24 de noviembre del 2022, hasta el 06 de febrero del 2023, después se procedió a digitalizar los resultados obtenidos por medio de las fichas descritas en la etapa II. Los resultados permitieron dar cumplimiento con el ultimo objetivo de este proyecto, el cual buscó redactar una serie de recomendaciones que le permita al movimiento feminista tener una base para crear a futuro una estrategia comunicativa que integre todas las necesidades de *La Ruta*. (Ver Anexo 1. Código QR PDF *Manual de uso y manejo de Instagram*).



Anexo 1. Código QR PDF Manual de uso y manejo de Instagram

### Piezas para divulgación externa

Para la divulgación externa se elaboraron plantillas acordes a los colores y categorías ya propuestas para el perfil de Instagram; las cuales se publicaron en forma de tríada, manteniendo un hilo conector con el contenido tras la aprobación de las directivas.

### Perfil de Instagram



Figura 41. Tríada Glosario, publicada el 13, feb, 2023



Figura 42. Tríada Glosario, publicada el 06, feb, 2023

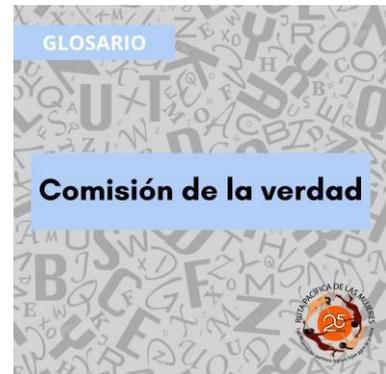


Figura 43. Tríada Glosario, publicada el 19, ene, 2023



Figura 44. Tríada Desmintiendo



Figura 45. Tríada Desmintiendo

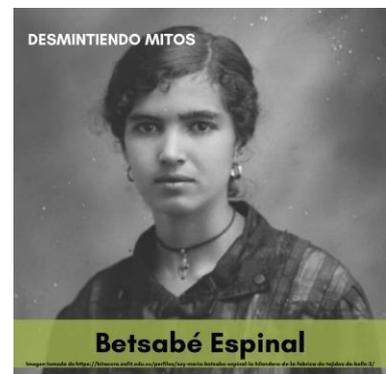


Figura 46. Tríada Desmintiendo

mitos, publicada el 16, ene, 2023



**Figura 47.** Triada ODS, publicada el 18, dic, 2022

mitos, publicada el 13, ene, 2023



**Figura 48.** Triada ODS, publicada el 13, dic, 2022

mitos, publicada el 10, ene, 2023



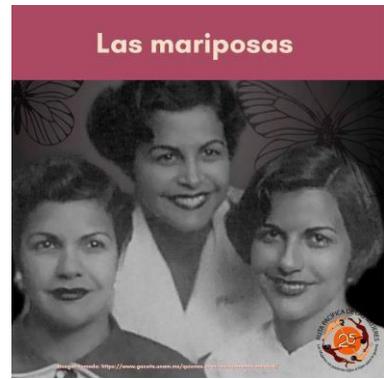
**Figura 49.** Triada ODS, publicada el 09, dic, 2022



**Figura 50.** Triada 25N, publicada el 04, dic, 2022



**Figura 51.** Triada 25N, publicada el 02, dic, 2022



**Figura 52.** Triada 25N, publicada el 25, nov, 2022



**Figura 53.** Triada RPMC, publicada el 24, nov, 2022

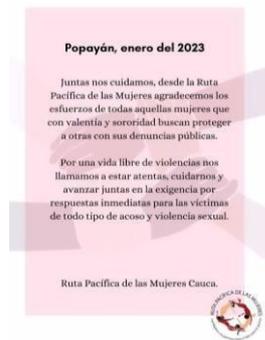


**Figura 54.** Triada RPMC, publicada el 24, nov, 2022



**Figura 55.** Triada RPMC, publicada el 24, nov, 2022

## Historias de Instagram



**Figura 56.** Comunicado publicado el 12, feb,2023



**Figura 57.** Historia triada glosario publicada el 20, ene, 2023



**Figura 58.** Historia triada glosario publicada el 19, ene,2023



**Figura 59.** Historia triada desmintiendo mitos publicada el 16, ene, 2023



**Figura 60.** Historia triada desmintiendo mitos publicada el 16, ene, 2023



**Figura 61.** Historia triada desmintiendo mitos publicada el 13, ene, 2023



**Figura 62.** Historia triada desmintiendo mitos publicada el 10, ene, 2023



**Figura 63.** Comunicado publicado el 22, dic, 2022



**Figura 64.** Historia triada ODS publicada el 18, dic, 2023



**Figura 65.** Historia triada ODS publicada el 13, dic, 2023



**Figura 66.** Historia triada ODS publicada el 13, dic, 2023



**Figura 67.** Historia triada ODS publicada el 09, dic, 2023



**Figura 68.** Historia día de velitas publicada el 07, dic, 2023



**Figura 69.** Historia día de velitas publicada el 07, dic, 2023



**Figura 70.** Historia día de velitas publicada el 07, dic, 2023



**Figura 71.** Historia triada 25N publicada el 04, dic, 2023



**Figura 72.** Historia triada 25N publicada el 15, nov, 2023



**Figura 73.** Historia triada 25N publicada el 15, nov, 2023



**Figura 74.** Historia triada 25N publicada el 15, nov, 2023

## Piezas audiovisuales



**Figura 75.** Reel sobre las actividades realizadas el 25N por



**Figura 76.** Video denuncia por feminicidios.



**Figura 77.** Reel de María de los Ángeles Cano sobre su historia<sup>42</sup>.

<sup>42</sup> [https://www.instagram.com/reel/Cnej88SqDEB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/Cnej88SqDEB/?utm_source=ig_web_copy_link)

parte del movimiento<sup>41</sup>.

### **4.3 Producción y difusión de contenido para la visibilización del trabajo de La Ruta, Cauca.**

Dentro del proceso de producción se tuvo en cuenta el diagnóstico realizado, donde se obtuvieron dos arquetipos importantes para realizar una producción afín a la imagen que deseaba proyectar *La Ruta, Cauca* en su cuenta de Instagram. Los arquetipos se construyeron valores y cualidades encontradas durante el análisis de su accionar como movimiento dentro y fuera de redes sociales. Estos valores y cualidades fueron de fundamental aporte a la construcción de una imagen corporativa que lograra representar a *La Ruta, Cauca*. La creación de esta imagen fue necesaria para posteriormente llevar a cabo la producción de contenido dentro del perfil de IG, ya que según el autor Paul Capriotti en su texto *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* afirma que a través de esta imagen es como una organización logra resonar y crear un lugar en la mente del público, es hacerles entender que dicha organización está presente. (Capriotti, 2013, pág 10).

El argumento de este autor fue relevante para comprender la utilidad de los arquetipos seleccionados, los cuales fueron:

- **El arquetipo del cuidador:** este arquetipo de entrega, protección y servicio al otro concuerda con las cualidades de empatía, confianza, compromiso, empoderamiento y de seguridad que actualmente posee La Ruta, Cauca como esencia del movimiento, ya que este invita a las

---

<sup>41</sup> [https://www.instagram.com/reel/ClxGA61jYC6/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/ClxGA61jYC6/?utm_source=ig_web_copy_link)

mujeres a hacer parte de sus actividades para recibir su ayuda, beneficios y acompañamiento necesario y lograr una vida autónoma y segura dentro de sus territorios.

- **El arquetipo del sabio:** para este arquetipo es vital compartir información y conocimiento con el otro, para que este alcance una mejora en su vida. *La Ruta, Cauca* dentro de sus espacios de encuentro y talleres con las distintas mujeres ponen en práctica este arquetipo, ya que invita a las mujeres a conocer y aprender sobre sus derechos, cómo funcionan entidades del Estado y las acciones de Colombia en pro a la calidad de vida de las mujeres. Además, las impulsan a que, por medio del conocimiento, sean conscientes y se apropien de la realidad de sus territorios.

Al emplear estos arquetipos se planteó la producción de contenido debido a que las piezas se creaban con la intención de reflejar las cualidades del cuidador y del sabio. Es por esta razón que las categorías de publicación poseen un enfoque con perspectiva de género y un enfoque pedagógico que busca que el público conozca del movimiento y sobre otros asuntos en pro al empoderamiento femenino. Posteriormente se generó la estrategia para la difusión de contenido teniendo en cuenta los posibles usuarios, ya que como lo afirma Capriotti se debe generar en el público un factor que diferencie la organización de otras, valiéndose de los beneficios y soluciones que puede ofrecer (Capriotti, 2013, pág 11). En base a este argumento dentro de la estrategia de difusión se realizó el lanzamiento del perfil de Instagram con una presentación de *La Ruta, Cauca* donde se encuentra su historia, sus principios y los lugares de trabajo dentro del país.

La decisión de publicar en Instagram en primer lugar esta presentación de *La Ruta, Cauca* fue necesaria para fortalecer la identidad como movimiento a nivel regional en espacios digitales como Instagram. Identidad que según Capriotti que al plasmar las cualidades que construyen la imagen de la organización, dicha imagen funciona como una

referencia previa cuando el público necesite contactar o escoger una organización que encaje con su necesidad o petición (Capriotti, 2013, pág 22). Después de la presentación se publicaron las demás triadas de temáticas con enfoque de perspectiva de género con el fin de informar y atraer usuarios interesados en el ideal feminista del movimiento; lo que a su vez fortaleció la identidad buscada y expresada por parte de las directivas.

## **Capítulo 5. Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca**

Este capítulo corresponde al producto final de los resultados obtenidos durante la pasantía. El manual contiene la redacción de una serie de recomendaciones sobre el uso y el manejo de la plataforma de Instagram. Este documento anexo recopila los principios básicos de identidad del movimiento, origen, historia, datos de contacto, Organigrama, Objetivos, Principios, Misión, Visión y formas de uso del logo. Este manual de uso y recomendaciones es un insumo que servirá a *La Ruta, Cauca* para elaborar diversos manuales, de estilo, de diseño y de comunicaciones.

### **5.1 Manual de uso y manejo de Instagram.**

*El Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca* es un documento en donde se encuentran todos los aspectos a tener en cuenta a la hora de crear un perfil en redes sociales, y el horizonte hacia el cuál se planea dirigir. Durante la creación de este manual la producción de piezas visuales y audiovisuales fueron claves para definir los elementos con los que se redactaron las recomendaciones para difusión y divulgación de contenido en las redes sociales del movimiento.

Este manual pretende convertirse en una herramienta útil para las comunicaciones a nivel digital del movimiento. Por esta razón, contiene una breve presentación de *La Ruta Cauca* junto a su visión y visión como movimiento, las propuestas visuales con la paleta de

colores y sus respectivas categorías aprobadas por las directivas, además posee pautas para la dinamización de contenido como horarios y días de publicación.

## 5.2. Recomendaciones para el uso y manejo

La mayoría de las recomendaciones a continuación explicadas se diagramaron y redactaron de forma similar en el Manual de uso y manejo de Instagram.

### Recomendaciones para Instagram y Facebook

- Siguiendo los datos arrojados por la plataforma sobre las publicaciones realizadas, se obtuvieron 3 opciones de posibles horarios con mayor interacción; el primero es versátil, ya que es entre las 7-8 de la mañana o en otros casos de la noche, el segundo, es en un rango entre las 10 am a 4pm. De igual forma se obtuvieron días con mayor posibilidad de alcance como lo son domingos y viernes. No es recomendable subir a la plataforma publicaciones con formato de post, debido a que no fomenta la interacción por el tipo de público.
- El tipo de contenido enfocado directamente con *La Ruta Pacífica*, así como la triada del glosario, es información que retiene y atrae al público, llevándolos a interactuar con este contenido fácilmente, por el contrario, la triada como Desmintiendo Mitos, lleva a los usuarios a pasar el contenido rápidamente, por lo que se recomienda un cambio de formato a uno más dinámico como reels o videos cortos, los cuales demostraron poseer un mejor alcance con el público.
- Es pertinente mantener los colores propuestos al inicio de la pasantía y que fueron aprobados. Estos refuerzan una identidad dentro de la plataforma digital al igual que las plantillas con las categorías establecidas. Además, permiten llevar un orden sobre la información que posteriormente se planea compartir.
- El registro sobre las actividades llevadas a cabo por el movimiento, como lo fue el reel sobre lo planeado durante el 25N, permitió atraer a los usuarios y los llevó a interactuar de una forma más activa con el perfil.
- El uso de los hashtags permitió notar que numerales como #VivasNosQueremos o #RutaCauca, ayudan a categorizar el contenido de interés en el perfil, y fomenta en la

construcción de una identidad e imagen dentro de la plataforma, además atrae a personas nuevas como seguidores.

- Se debe emplear un lenguaje y un enfoque inclusivo y feminista en el contenido, ya que la mayoría de los 68 seguidores alcanzados son mujeres y 6 de estos son hombres.
- Se debe tener en cuenta posibles usuarios a los que se desea llegar, con ítems como edad, sexo, nivel socioeconómico, ocupación entre otros. A raíz de la obtención de dichos datos se establecieron posibles usuarios que son acordes a las intenciones del movimiento con el perfil. Dicho usuario responde a características como: ser mujer, tener entre 16- 60 años, usar frecuentemente redes sociales (WhatsApp, Instagram y Facebook) para consumir información o para compartirla, estar interesada en las actividades y eventos realizados por *Ruta Pacífica* en la región, vivir en un territorio rural o urbano, y por último saber leer y escribir.
- Es importante invitar a las personas a comentar y compartir las publicaciones realizadas para lograr un mayor alcance en público, esto se puede incentivar por medio de las caption de las imágenes o videos con preguntas sencillas o frases llamativas para los usuarios.
- Las publicaciones en las cuales hay una imagen de alguna mujer perteneciente al movimiento, tienen un mayor alcance en cuanto a la interacción del contenido. Es necesario que el movimiento pueda fomentar en la construcción de su identidad por medio de la participación de alguien que trabaje o haga parte del mismo para que, así, el público que se tiene se sienta cercano a este.
- Es importante tener un formato en donde se autorice el uso de la imagen de las personas que integren el movimiento o que asistan a los talleres para el uso de fotografías y videos sin inconvenientes a futuro.
- Seguir manejando las plantillas entregadas en este proyecto de grado permitirá que las personas identifiquen fácilmente el movimiento, un ejemplo son las plantillas entregadas para la redacción de comunicados o invitaciones, pues ayudarán a darle reconocimiento a *La Ruta Pacífica de las Mujeres* en el departamento.
- El uso de hashtags permiten seccionar temas de interés entre el público, sin embargo también le permiten a una marca o movimiento darse a conocer fácilmente en redes sociales, específicamente en Instagram, es por esto que se recomienda buscar un numeral que llame la atención y que además lleve a las personas que deseen publicar algo relacionado con el movimiento a utilizarlo en sus publicaciones, esto permitirá que se encuentre mayor información sobre *La Ruta Pacífica de las Mujeres* dentro y fuera del departamento.
- De la mano con el anterior punto es importante reforzar el uso del #RutaCauca, en el cual se encuentran todas las publicaciones realizadas en el perfil de Instagram hasta este momento, esto con el propósito de que las personas encuentren toda la información que se halla en el perfil bajo este numeral.

- Es fundamental que la persona encargada de las redes sociales posea posibles respuestas aprobadas por las encargadas a nivel regional en caso de recibir mensajes directos que llegan a estas plataformas, pues es un canal de interacción directa con el público que se debe mantener activo y por el cual se busca generar mayor cercanía con aquellos que acuden al perfil, también esto permite difundir el tipo de trabajo del movimiento y el apoyo que brinda a las mujeres del departamento.
- Las nuevas actualizaciones de la aplicación le dan relevancia al contenido en formato de videos, por lo que se recomienda implementar más reels y contenido corto para mantener un dinamismo en las publicaciones, ya que tal se ve en las estadísticas fue el contenido con mayor interacción.

### **Recomendaciones para historias de Instagram:**

- Emplear las historias en la plataforma como herramientas para actualizar y compartir con los seguidores publicaciones del perfil, y así incentivarlos a la interacción con los contenidos.
- Usar invitaciones a la acción como las cajas de preguntas y encuestas, esto permite al usuario interactuar con el perfil, el contenido que se comparte y conocer los intereses de la audiencia.
- Promocionar eventos o festividades importantes para el movimiento, como lo fueron las primeras publicaciones donde se hizo una historia anticipando el contenido con la respectiva explicación de la celebración del 25N. Es útil que, al realizarlo, se utilice el stickers de recordatorio para el usuario que ofrece la aplicación.
- Es una herramienta útil para los comunicados, ya que es de uso constante e inmediato para la mayoría de los usuarios.
- Se recomienda publicar entre dos a tres historias por día, una en la mañana, otra en la tarde y otra en la noche, el horario puede variar entre 6 a 8am, 12 a 2 pm y 6 a 8 pm para cerrar el día.
- Tener un calendario de contenido, es decir, planificar la información que se desea publicar y la manera en cómo se hará. Para las semanas en las que el movimiento se encuentre en actividades o sin tiempo para planear el contenido se puede publicar alguna triada de la parrilla que se entregó como respaldo.
- Es importante tener a una persona encargada de la parte de la fotografía y el video del movimiento, o por lo menos que las personas del movimiento que asistan o dicten los talleres tengan conocimiento básico de fotografía como lo es iluminación, ángulos y

el uso adecuado de los espacios para poder transmitirles a las personas lo que se desea.

### 5.3 Conclusiones

Tras la finalización de este trabajo de grado, es importante resaltar la participación e inmersión dentro de los espacios convocados por *La Ruta* y reuniones con las directivas de este, ya que gracias a esto fue posible notar la necesidad de educarnos como comunicadoras en temáticas de género. El uso de una perspectiva de género dentro los procesos llevados a cabo durante el desarrollo de esta pasantía y los descritos en el presente informe, son esenciales para nuestro trabajo futuro como comunicadoras sociales.

Gracias al proceso de educación liberadora incentivado por el trabajo con *La Ruta Cauca* nos permitió la revisión de los conceptos género, territorio y comunicación, que fueron fundamentales para entender la dinámica del trabajo del movimiento dentro del departamento, aportando un claro entendimiento de la magnitud e importancia de la lucha de género como un accionar social y político para contrarrestar los daños ocasionados por injusticias basadas en las diferencias de género y en las violencias del conflicto armado.

La exploración de nuevos campos digitales y los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera de Comunicación Social, especialmente el empleo de teorías y metodologías desde la comunicación para llevar a cabo la elaboración de una serie de recomendaciones para el uso y manejo de Instagram, fueron clave en el desarrollo de las recomendaciones para el uso y manejo de las redes sociales de *La Ruta Pacífica de las Mujeres Cauca* que tuvo como objetivo principal visibilizar el trabajo realizado en el departamento a lo largo de sus 27

años de accionar político y social por medio de la producción de contenido con enfoque de género y en compañía de las mujeres pertenecientes al movimiento.

## Bibliografía

- Alfaro, R.M. (2002). *Culturas populares y comunicación participativa: En la ruta de las redefiniciones*. Recuperado el 10 de marzo del 2023 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>
- Bolaños, J. (2012, junio) *Conflicto armado en Colombia y su impacto en el Departamento del Cauca desde el 2002 al 2012* [Tesis de especialización]. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá.
- Butler, J. (2007) *El género en disputa*. Editorial Paidós.
- Capriotti, P. (2013) *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (Málaga, España)*. Recuperado de [http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC\\_4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf)
- Colombia tiene una deuda histórica con las víctimas del conflicto en Cauca. (2021, Julio 30). Recuperado de <https://web.comisiondelaverdad.co/actualidad/noticias/colombia-deuda-historica-victimas-conflicto-cauca#:~:text=en%20la%20regi%C3%B3n%2C%20con%20corte,Guapi%2C%20Pat%C3%ADa%2C%20Torib%C3%ADo%20y%20Sucre%20>
- Comisionado Internacional de Derechos Humanos. (2006, octubre 18). Las mujeres frente a la violencia y la discriminación derivadas del conflicto armado en Colombia. Recuperado de [<http://www.cidh.org/countryrep/colombiamujeres06sp/informe%20mujeres%20colombia%202006%20espanol.pdf>]
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). Objetivos de Desarrollo. Recuperado de: <https://ods.dnp.gov.co/es/objetivos>
- Federici, Silvia. (2010) *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Traficantes de Sueños. Recuperado de: <https://traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Caliban%20y%20la%20bruja-TdS.pdf>
- Huguet, G. (08 de marzo de 2023). *La trágica historia de por qué el morado es el color del feminismo*. National Geographic. Recuperado el 13 de marzo del 2023 de [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/morado-color-feminismo-historia\\_16449](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/morado-color-feminismo-historia_16449)
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular)*. Habana, Cuba: Caminos.
- La Ruta Pacífica de las mujeres. ¿Quiénes somos? La Ruta pacífica de las mujeres. <https://rutapacifica.org.co/wp/quienes-somos/>
- Legarde, M. (1996) *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia, España*. Editorial horas y HORAS. Recuperado de: [https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08\\_EducDHyMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde\\_Genero.pdf](https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08_EducDHyMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde_Genero.pdf)
- Manzano, B. (2009) *Sobre la tipología de los territorios*, Inform para el Consejo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq; Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES; Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO y Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP.
- Martínez, A. (2009) *Conflicto Armado en Cauca: Reconfiguración del poder regional de los actores armados*, Bogotá, Corporación Nuevo Arco Iris.
- *MAPEANDO EL CUERPO-TERRITORIO. Guía metodológica para mujeres que defienden*

*sus territorios*. 2017.

<https://miradascriticadeltorriodesdeelfeminismo.files.wordpress.com/2017/11/mapeando-el-cuerpo-territorio.pdf>

- Naciones Unidas, Informe presentado por la Sra. Radhika Coomaraswamy, Relatora Especial sobre la violencia contra la mujer, sus causas y consecuencias: Misión a Colombia (1-7 de noviembre de 2001), E/CN.4/2002/83/Add. 3, 11 de marzo de 2002, párr. 42. pág 31
- Organización Mundial de la Salud, Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud, 2003, Capítulo 6, La Violencia Sexual, págs. 176-179.
- Rubin, G. (1975). *Traffic in Women*. Recuperado de <https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/EL%20TR%C3%81FICO%20DE%20MUJERES%20-%20Gayle%20Rubin%2C%201975.pdf>
- Scott, J. (s.f.). El género: una categoría útil para el análisis histórico. [Recuperado de https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El\\_Genero\\_Una\\_Categoria\\_Util\\_para\\_el\\_Analisis\\_Historico.pdf](https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El_Genero_Una_Categoria_Util_para_el_Analisis_Historico.pdf)
- Verdad Abierta. La JEP le pone lupa a violencia que golpeó al norte de Cauca. (2018, noviembre 20). [Recuperado de https://verdadabierta.com/la-jep-le-pone-lupa-a-violencia-que-golpeo-en-norte-de-cauca/](https://verdadabierta.com/la-jep-le-pone-lupa-a-violencia-que-golpeo-en-norte-de-cauca/)

## **Anexos**

Anexo 1. Código QR, PDF y Documento Físico. *Manual de uso y manejo de Instagram. La Ruta Pacífica de Las Mujeres, Cauca.*

Anexo 2. Código QR PDF Estadísticas de publicaciones Instagram

Anexo 3. Código QR PDF estadísticas de historias