

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Yo Apoyo Mujeres Wao: La importancia de la  
comunicación para impulsar sus proyectos sociales**

**María José Noboa Morales**

**Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Licenciatura en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, diciembre de 2020

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Yo Apoyo Mujeres Wao: La importancia de la comunicación  
para el desarrollo en proyectos sociales**

**María José Noboa Morales**

**Isabel Palacios, M.A**

**María José Enríquez, PhD.**

Quito, diciembre de 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

Nombres y apellidos:                   María José Noboa Morales

Código:                                   00202849

Cédula de identidad:                 1715246318

Lugar y fecha:                         Quito, diciembre de 2020

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

### **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi hija, Daniela Magen Noboa, por creer en mí, y recordarme mi potencial, el amor más real de mi vida que me inspira a entregar lo mejor tengo para dar. A mis padres, Sandra Morales y Oscar Noboa, por ser los pilares incondicionales de mi vida. A mis abuelas, Teresa Estrella y Guadalupe Pozo, por haberme dado los padres más maravillosos que tengo, por una vida entera dedicada a servir con amor y devoción a su familia, por ser la inspiración de todo lo que soy.

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por permitirme estar aquí con vida y poder escribir estas palabras, gracias a mis padres porque a través de ellos yo pude nacer, y porque han estado ahí conmigo, en las buenas y las malas, apoyándome para crecer. Gracias a mis abuelas que me dejaron el legado de continuar con su ejemplo de devoción y entrega. Gracias a mi hija que despierta todo lo mejor de mí. Gracias a la familia que a uno lo acompaña en este viaje de la vida. Gracias a los maestros que comparten con nosotros sus conocimientos, sueños y esfuerzo. Gracias por mis dones y talentos, porque con ellos puedo retribuir todo lo que he recibido en la vida. Gracias.

## RESUMEN

En el presente trabajo se aborda la importancia de la Comunicación para el Desarrollo, con la finalidad de promover el impulso y la sostenibilidad de los proyectos sociales. En específico, de los emprendimientos productivos desarrollados por la Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana (AMWAE), Wao, chocolate para la conservación; y, Waorani, Hecho a Mano, artesanías de chambira, productos que tienen un triple impacto positivo: ambiental, cultural y social. Los mismos que son la alternativa para el sustento económico de sus familias y comunidades. Se debe analizar el contexto particular de este grupo social, y determinar una comunicación estratégica efectiva para lograr ampliar el acceso a oportunidades, y un desarrollo equitativo y sustentable. Para ello, se ha diseñado una campaña de Comunicación que resalta en el valor detrás de los productos, y el liderazgo de mujeres waorani.

Palabras clave: mujeres waorani, igualdad de género, conservación ambiental, género y ambiente, comunicación para el desarrollo, cultura ancestral, pueblo originario, defensa del territorio, cultura indígena.

## **ABSTRACT**

The present work addresses the importance of Communication for Development to promote the impulse and sustainability of social projects. In specific, of the productive initiatives developed by the Association of Waorani Women of the Ecuadorian Amazon (AMWAE): Wao, chocolate for conservation; and Waorani Hecho a Mano, handicrafts made of chambira. Products that have a triple positive impact: environmental, cultural and social. These initiatives are the alternative for the economic support of waorani's families and communities. It is important to analyze the particular context of this social group of the Ecuadorian Amazonia, to develop a strategic and effective plan of communication that can help with expanding the access to opportunities and developing an equitable and sustainable development. For that purpose, a Communication Campaign has been elaborated, highlighting the value behind this products, and the leadership of waorani women.

Key words: waorani women, gender equality, environmental conservation, gender and environment, communication for development, ancestral culture, native people, territory defense, indigenous culture.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	13
Antecedentes.....	14
Capítulo 1: Los Waorani.....	17
1.1 Primer contacto con los Waorani.....	17
1.2 Los Waorani antes y después del contacto.....	18
1.3 Presencia e impactos del extractivismo en territorio Waorani.....	21
Capítulo 2: Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana (AMWAE).....	25
2.1 El Surgimiento de AMWAE.....	25
2.2. Mujeres Waorani, lideresas con voz propia.....	27
2.3 Mujeres Waorani, guardianas de la Amazonía.....	32
2.4 Mujeres Waorani, productoras de iniciativas de desarrollo.....	35
2.4.1 Wao, chocolate para la conservación.....	37
2.4.2 Waorani Hecho a Mano, artesanías de chambira.....	37
2.4.3 Impactos generados con las iniciativas de AMWAE.....	38
2.4.3.1 Impacto ambiental.....	38
2.4.3.2 Impacto socioeconómico.....	39
Capítulo 3: Comunicación para el Desarrollo.....	40
3.1 Entendiendo la Comunicación para el Desarrollo (CDP).....	40

	10
3.2 Evolución de la Comunicación para el Desarrollo.....	42
3.3 Tendencias de la Comunicación para el Desarrollo.....	44
3.3.1 Comunicación para el cambio de comportamiento (CCC).....	44
3.3.2 Comunicación para el cambio social (CCS).....	45
3.3.3 Comunicación para la incidencia.....	45
3.3.4 Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y comunicaciones.....	46
3.4 Comunicación para el Desarrollo en relación con los principios de las Naciones Unidas.....	46
3.4.1 Enfoque del desarrollo basado en los Derechos Humanos.....	46
3.4.2 Desarrollo de capacidades para la apropiación a nivel nacional....	47
3.4.3 Igualdad de Género.....	47
3.4.4 Sostenibilidad Ambiental.....	48
Capítulo 4: Campaña de Comunicación.....	49
4.1 Presentación de Campaña.....	49
4.1.1 Pertinencia del tema.....	50
4.1.2 Problema social.....	51
4.1.3 Territorio de acción.....	51
4.1.4 Alcance de la causa social.....	52
4.2 Diagnóstico de Comunicación.....	52

	11
4.2.1 Análisis FODA.....	52
4.2.2 Eje de campaña.....	53
4.2.3 Concepto de campaña.....	53
4.2.4 Nombre de campaña.....	54
4.2.5 Misión.....	54
4.2.6 Visión.....	54
4.2.7 Identidad Visual.....	54
4.3 Públicos.....	55
4.3.1 Públicos beneficiados.....	55
4.3.2 Públicos Aliados.....	55
4.3.3 Públicos de Interés.....	57
4.4 Objetivos.....	57
4.4.1 Objetivo General.....	57
4.4.2 Objetivos Específicos.....	57
4.5 Fases y Estrategias de Campaña.....	57
4.5.1 Fase Inspirar.....	57
4.5.2 Fase Activar.....	66
4.6 Tácticas.....	67
4.7 Presupuestos.....	69
4.8 Logros Alcanzados.....	69

	12
4.9 Indicadores de Gestión.....	72
4.9.1 Medios de Comunicación.....	72
Conclusiones.....	75
Referencias.....	76

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo aborda la importancia de la Comunicación para el Desarrollo, para promover el impulso y la sostenibilidad de los proyectos sociales. En específico, de los emprendimientos productivos desarrollados por la Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana (AMWAE): Wao, chocolate para la conservación; y, Waorani, Hecho a Mano, artesanías de chambira, productos que tienen un triple impacto positivo: ambiental, cultural y social. Los mismos, son la alternativa para el sustento económico de sus familias y comunidades.

Con la finalidad de diseñar una estrategia de comunicación efectiva es preciso analizar el contexto en particular de mujeres waorani. Por ello, en primer lugar, se revisarán los antecedentes del grupo humano al que pertenecen, para en el capítulo 1 poder entender de mejor manera sus particularidades como cultura indígena, la última en ser contactada en el Ecuador, cómo era su vida antes de este evento y qué cambios ocurrieron después, así como analizar las repercusiones ocasionadas por el extractivismo en su territorio.

Por otra parte, en el capítulo 2, se conocerá sobre la Asociación de Mujeres Waorani del Ecuador (AMWAE), cómo surge esta organización, el liderazgo de mujeres waorani, su papel como guardianas de la Amazonía, y productoras de iniciativas de desarrollo, nombrando sus emprendimientos, y analizando los impactos generados con estos. Siguiendo con el capítulo 3, en donde se hará mención a la Comunicación para el Desarrollo, como preámbulo para entender cómo este proceso estratégico sirve de impulso para proyectos sociales como los de mujeres waorani. Finalmente, en el capítulo 4, se desarrolla la Campaña de Comunicación, diseñada especialmente con este propósito.

## ANTECEDENTES

Para tratar el tema del presente trabajo es importante conocer varios aspectos en referencia a la cultura de mujeres waorani, de manera que su abordaje sea más sencillo al momento de analizar su historia, sobre todo en cuanto a los impactos producidos a partir del contacto con occidente. Por cuanto esto permitirá contar una visión más integral y profunda para el desarrollo de la estrategia comunicativa pertinente.

- Los waorani son una población indígena nativa americana, a la que pertenecen un estimado de 2500 personas.
- Su territorio ancestral se ubica entre los ríos Curaray y Napo, al interior de la selva amazónica ecuatoriana, en la zona que hoy se conoce como la Reserva de Biósfera Yasuní.
- A los Waorani se los “conoce como una comunidad de contacto inicial” (PNUD, 2017), su existencia fue un misterio para occidente hasta el año de 1958 en donde se produjo el primer contacto con cinco misioneros evangélicos, los mismos que resultaron muertos por lanzas waorani como consecuencia de este evento.
- En el pasado, los Waorani se desplazaban con libertad “por más de dos millones de hectáreas, hoy se encuentran confinados a un territorio de 600000 hectáreas” (PNUD, 2017).
- Su idioma, es el Wao Terero, una lengua que no se ha podido relacionar con ningún otro idioma del mundo. Waorani, en el idioma Wao Terero significa ‘ser humano’. Es una lengua que no ha sido estudiada a profundidad, y sobre la cual no se encuentran registros escritos. Se han identificado cuatro subdialectos, los waorani se comprenden entre sí a pesar de las diferencias entre estos (Green, 20120, p.63).

- Los Waorani están estrechamente relacionados con los Tagaeri y los Taromenane, dos tribus de la selva que han resistido al mundo moderno, y se encuentran viviendo en aislamiento voluntario, “en lo profundo de las 700000 hectáreas de la Zona Intangible Tagaeri Taromenane” (PNUD, 2017).
- En cuanto a la vivienda, los Waorani se organizaban en casas comunales, llamada nanicabos, que eran habitadas por varias familias, y que, por lo general, no superaban las 100 personas, estas eran construidas con madera y paja.
- Los waorani eran cazadores y recolectores por excelencia, autosuficientes en su alimentación, y se unían en alianzas promovidas por las mujeres, con base en el parentesco.
- Las personas de occidente se referían a ellos como ‘aucas’ que en el idioma Kichwa hace referencia a ‘salvajes’ fama que tenían por no aceptar el contacto con los ‘cowori’ que se traduce como caníbales, y que ellos consideran a todos los que son extraños a su mundo.
- “Su fama de salvajes guerreros es muy conocida por las historias de enfrentamientos con otras nacionalidades y entre clases Waorani” (Green, 2012, p. 59), y resalta a nivel internacional, con la matanza de los cinco misioneros en 1956 después del contacto.
- Las actividades productivas de los waorani en la actualidad, son: de autoconsumo, porque cultivan sus propias chacras, cazan y pescan; y de obtención de ingresos, a través de empleos remunerados en actividades relacionadas al petróleo y el turismo (Rivas & Lara, 2001).

- Como parte de la exposición de la historia de la cultura waorani no se puede dejar de mencionar otro acontecimiento polémico, la muerte del Vicario Apostólico Monseñor Alejandro Labaca y la misionera Hermana Inés Arango en 1987 por lanzas de los Tagaeri, grupo relacionado con los waorani.

- **Territorio Waorani:** En la década de los 60's los waorani, con la intermediación del Instituto Lingüístico de Verano iniciaron las solicitudes de reconocimiento de su territorio frente al Estado ecuatoriano. En 1969, este concede a los waorani 16 mil hectáreas que se denominaron “reserva en la zona de protectorado Huaorani” (como se cita en Green, 2012, p.47). Posteriormente, en 1983 reciben una extensión de 66570 hectáreas que recibieron el nombre de Protectorado Huaorani. De igual manera, en 1990 por presión de la CONAIE y CONFENIAE se entregaron 679000 hectáreas por parte del Estado, representado por Rodrigo Borja. Para 1999 se reconocen 700000 hectárea de la zona intangible Tagaeri-Taromenane en el gobierno del presidente Alfredo Palacio, las cuales respondían “más a la lógica histórica y a los límites geográficos que a la realidad de ocupación de estos pueblos y definida con la participación de la nacionalidad Waorani” (Green, 2012, p.48). Si bien es cierto los waorani cuentan con títulos de propiedad de su territorio, “no tienen derecho ni control del subsuelo ni del espacio aéreo” (Green, 2012, p.48).

## CAPÍTULO 1: LOS WAORANI

### 1.1. Primer contacto con los waorani

Los Waorani fueron contactados en 1956 por cinco misioneros evangélicos del Instituto de Lingüístico de Verano (ILV). Ellos pensaron que venían para matarlos, pues consideraban que todo *cowuri* era caníbal. El resultado de este suceso fue el fallecimiento de los misioneros producida por lanzas waorani (Rivas & Lara, 2001). De acuerdo con el Diario El Comercio, “Mincaye Enqueri cuenta que Davo vio a cinco gringos que aterrizaron con una pequeña avioneta en las playas del Curaray y que pensó que se trataba de algo malo: se comerán a los Huaorani. Llamó a Guikita y entre cinco mataron a los misioneros evangélicos en la playa. El rescate de los cuerpos se hizo con un avión que llegó de Panamá. En ese entonces el país habla de los, aucas” (como se citó en Green, 2012, p.59).

Antes de esto, no se conocía mucho sobre ellos, pero tenían fama de guerreros, según sus vecinos de otras etnias en la Amazonía ecuatoriana. Algunas de las denominaciones para referirse a ellos eran: “*aushiris*” o “*avijiras*”. También, de manera peyorativa se los llamaba “*aucas*”, “vocablo quichua utilizado para señalar peyorativamente lo salvaje y que en la Amazonía ecuatoriana sirvió para etiquetar étnicamente a los Huaorani y reforzar la idea de ellos con un grupo feroz y sanguinario” (Rivas & Lara, 2001).

Después de dos años se produce el siguiente contacto, esta vez de manera más pacífica, al ocurrir entre “Dayuma, mujer Huaorani que había escapado de la guerra intertribal y Raquel Saint junto a Elizabeth Elliot, ambas misioneras evangélicas de esa organización norteamericana” (Rivas & Lara, 2001). A partir de este contacto Dayuma es evangelizada, y regresa a su comunidad para convencer a su pueblo de que los blancos

no son malos, que en realidad quieren ayudarlos para que dejen de pelear entre ellos (Green, 2012, p.59).

## **1.2. Los waorani antes y después del contacto**

Después del suceso con Dayuma, a través de las mujeres se establece «la primera misión evangélica en las orillas del río Tihueno en 1958, donde llegaron los parientes de Dayuma y, posteriormente, la mayor parte de grupos Huaorani, conformando un “protectorado Huaorani”» (Rivas & Lara, 2001). Esto significó un cambio cultural importante y drástico, por cuanto los waorani nunca se asentaron junto a las orillas de los ríos, su vida era moverse alrededor del bosque. Con el sedentarismo adoptaron una nueva forma de vida ribereña, cambiaron las maneras de aprovechar los recursos y de movilizarse. Los waorani empezaron a pescar, cazar otros animales, usar nuevas tecnologías y cultivar a las orillas de los ríos.

Además, de sus chozas tradicionales pasan a vivir en las casas modernas, con los artefactos occidentales, de cocina y otros. El sedentarismo les hace cambiar su estilo de vida de manera brusca, provocando “agotamiento del recurso de cacería inmediato a Tihueno, sobreexplotación y desadaptación cultural al medio” (Rivas: 34, como se cita en Green, 2012, p.61).

Antes del contacto los waorani eran grupos seminómadas dedicados especialmente a la recolección y la caza para su subsistencia. Para ello, además, “formaban alianzas parentales” (Rivas & Lara, 2001) a través de las cuales se movilizaban de manera constante de un lugar a otro, cazando, recolectando y visitando las chacras distribuidas a lo largo de su territorio. Estas alianzas eran útiles para intercambiar mujeres, compartir territorios de cacería, y, en fin, para asegurarse una vida más sencilla. Vivían distribuidos en bandas que se asentaban en dos o tres chozas construidas “en lo alto de las colinas, lejos de los grandes ríos” (Rivas & Lara, 2001).

Los Waorani son seminómadas cazadores y recolectores por excelencia; además, ellos realizan una forma propia de agricultura itinerante en un sistema de chakras. Denominan chakra a un jardín en el que se cultiva una variedad de plantas medicinales, especies maderables, palmas, yuca, bananas. Los hombres Waorani son muy hábiles para la cacería, y las mujeres, para las artesanías. Con el contacto se vieron obligados a aprender el idioma español, y a empezar una educación occidental, con ningún tipo de consideración a su cultura. Debido a las limitaciones económicas se vieron limitados a aceptar puestos de trabajo en empresas extractivistas, petroleras y madereras (Green, 2012, p.62).

De acuerdo con los autores Whitten y Rival (1996), uno de los cambios más drásticos y permanentes para la nacionalidad waorani fue la educación, así como la introducción del concepto de la familia nuclear como se conoce en occidente, lo mismo que, “reconfiguró una nueva identidad étnica dentro del marco dualista salvaje-civilizado” (como se cita en Green, 2012, p.63). Se dice que, las escuelas jugaron un papel determinante, en cuanto obligaron a los waorani a profundizar en las problemáticas acarreadas con el sedentarismo.

Escolaridad significa ser civilizado por lo que buscan tener escuelas que se convierten en el centro de la comunidad, el centro social, público. Rival (1996) llama a la escuela, esfera pública, que representa la victoria de la cultura sobre la naturaleza, mientras que el hogar es la esfera íntima. (como se cita en Green, 2012, p. 64)

Otros de los efectos acarreados con el contacto, fue el contagio de enfermedades procedentes de occidente, para los cuales los waorani no estaban preparados, en términos de su sistema inmunológico. “En la actualidad consumen azúcar en exceso, utilizan condimentos, comen enlatados y caramelos, lo que ha afectado gravemente su salud (...) Muchas mujeres dicen que con la alimentación de ahora son más proclives a enfermarse y no pueden tener tantos hijos como sus madres” (Green, 2012, p.65). En adición, según

líderes de la NAWÉ, “los niños sufren parasitosis, enfermedades gastrointestinales e infecciones en la piel (..) lo cual según testimonios waorani, ha derivado de la industria petrolera” (Green, 2012, p.65).

Por otra parte, se introdujo el matrimonio monógamo, limitando la posibilidad de realizar alianzas parentales; y el conflicto entre tribus pasó a considerarse una actividad pecaminosa que debía sancionarse. Los evangélicos las frenaron, satanizando lo que llamaban guerra, además de “la poligamia y la desnudez como lo mandaba Dios y sus valores evangélicos” (Green, 2012, p.61).

Además, los Huaorani nunca antes habían estado tantos juntos entre sí, las visitas, si se aceptaban, debían recibirse con comida y chicha. Si no tenían comida para ofrecer entonces les permitían cazar dentro de su territorio. Se dice que, en este contexto, cuando los waorani de otras regiones llegaban a Tihueno, no tenían suficiente comida para ofrecer. Por lo que, quien asumió el rol de proveer bienes y alimentos para la sociedad waorani fue el Instituto Lingüístico de Verano. A partir de esto, inicia una relación de dependencia con los misioneros. En adición, se desencadenaron problemas sociales debido a que las “familias con venganzas pendientes se juntaron, otras familias se separaron porque no quisieron seguirles a los misioneros, y por lo tanto se provocaron migración, divorcios y distanciamientos” (Rival: 24, como se cita en Green, 2012, p.61).

Para el año de 1973 vivían en Tihueno unos 525 waorani, dada su dependencia al ILV y a la presión de la explotación en el medio alrededor del lugar, James Yost, antropólogo de la misión evangélica, sugirió desconcentrar el protectorado y diseminar la población en distintas comunidades a lo largo de los ríos orientales de las provincias de Napo, Pastaza y Orellana. Tanto la misión evangélica del ILV así como la católica Capuchina, que iniciaba su tarea evangelizadora con los Huaorani en ese tiempo,

asumieron el rol de mediadores entre estos con las empresas petroleras, que iniciaron sus actividades de explotación, como actividad que sustenta la economía ecuatoriana.

Con todo, Rival (1996) resume los impactos producidos a raíz del contacto de la siguiente manera:

No más muerte, sólo una esposa, comida de los forasteros... Fin al libertinaje sexual y reformar prácticas matrimoniales... nuevos cultivos hortícolas, la medicina occidental, y el uso intensivo del transporte aéreo y la comunicación por radio. Impusieron nuevos valores morales y códigos de conducta, tales como la modestia sexual, el matrimonio monógamo, la oración, al tiempo que desalentaban con ahínco todo tipo de fiestas, cantos y bailes... La cultura Huaorani hace apenas 40 años ha experimentado una serie de cambios drásticos en su dinámica social y cultural. Formas de producción, relaciones de parentesco, modalidades de asentamiento han sufrido cambios violentos. Las causas de estos cambios acelerados pueden ser resumidas en dos intervenciones: el contacto evangelizador del Instituto Lingüístico de Verano, ILV, y la explotación petrolera... Desde el punto de vista global, la intervención del ILV, tuvo dos clases de impacto importantes: la organización social quedó afectada, y se cambiaron los modelos de subsistencia (Rival, 1996, como se cita en Green, 2012, p.62).

### **1.3 Presencia e impactos del extractivismo en territorio waorani**

Se dice que, al Estado ecuatoriano poco le importaba la Amazonía, no era una región apta para el agro y no quería lidiar con los indígenas que la habitaban. Para los años 1941 -1942 cuando se dio la guerra con el Perú se desconocía que la Amazonía era fuente de recursos como el petróleo, y se firmó el Protocolo de Río de Janeiro, cediendo territorio valioso, no solo por este factor, sino en especial por su maravillosa biodiversidad y las culturas que la habitan.

El Estado se aventura a los primeros contactos con los ‘violentos’ y ‘salvajes’ waorani, como se los denominaba, por las muertes ocurridas debido a la incursión de la petrolera Shell Oil en su territorio, a partir de 1947. Rodríguez Lara, el presidente de ese entonces, manifestaba: “que se tumbe la selva, se siembre petróleo que será la fuente de riqueza del país y que la selva se convierta en pastizales o en zonas productivas agrícolas” (como se cita en Green, 2012, p.46). En otras palabras, durante

esta época “los indígenas fueron negados y vistos como un estorbo para el desarrollo” (Green, 2012, p. 46).

En 1960 la empresa Texaco-Gulf “descubre petróleo al norte del territorio Waorani, pero estos no podían ingresar (...) por la violencia de sus habitantes” (Green, 2012, p.85). Es así como surge un acercamiento entre la petrolera Texaco, el Estado ecuatoriano y el ILV, que tuvo como propósito reunir a los waorani en un mismo territorio para facilitar la realización de las actividades petroleras (como se cita en Green, 2012, p.85). Según Rivas (2001), este vínculo se confirmaría más tarde, cuando en la década de los 90's el ILV colaborara con la compañía petrolera Maxus “para la firma del Acuerdo de Amistad, Respeto y Apoyo Mutuo firmado en Kihuario en 1993 entre la ONHAE y esta empresa petrolera” (como se cita en Green, 2012, p.85).

Después de la firma, en 1980, la compañía petrolera Maxus Ecuador realizó la construcción de la vía Auca, una carretera de 150 kilómetros en el corazón mismo de la Reserva de Biósfera Yasuní (PNUD, 2017), que provocó un intenso proceso de colonización y desencadenó conflictos por el territorio. Esto tuvo repercusiones devastadoras tanto para la reserva de biósfera como para la población Waorani, puesto que su subsistencia depende de este lugar. Con la carretera, se abrió el acceso a las empresas petroleras y los taladores ilegales a las tierras ancestrales de los Waorani. Sobre todo, la carretera fue la catapulta que obligó a los Waorani a verse inmersos en la economía de mercado moderna, que significó un cambio de vida abrupto e irrevocable.

La explotación de petróleo en territorio waorani tuvo consecuencias igualmente de radicales que en la dinámica sociocultural waorani. Se busca que la etnia interfiera lo menos posible en la actividad petrolera y que no provoque ningún

inconveniente. En este sentido, se inicia un modelo de relaciones asistencialistas que se constituyó en la base comunitaria de la actividad petrolera en el territorio Huaorani (Rivas & Lara, 2001).

Con todo, después del contacto con los misioneros del Instituto Lingüístico de Verano (ILV) y con el ingreso de compañías petroleras en su territorio, la cultura waorani se vio irremediabilmente atravesada, y, por lo tanto, sufrió violentos procesos de cambio en su dinámica cultura y social. Sobre todo, “al ser una minoría adaptada culturalmente al bosque amazónico, y al no contar con una experiencia previa de intensas relaciones interétnicas, el impacto provocado por los agentes de la modernidad fue severo” (Rivas & Lara, 2001). El proceso de cambio en la cultura waorani se ha visto especialmente impactado por la aculturación, “para articular el pasaje de lo Huaorani salvaje hacia lo Huaorani civilizado” (Rivas & Lara, 2001). Todo se ha visto alterado: las “formas de producción, relaciones de parentesco, modalidades de asentamiento” (Rivas & Lara, 2001).

Se trata de un proceso de transfiguración étnica, en donde los waorani han tenido que cambiar su identidad particular y diferenciada de los demás, para pasar a configurarse como parte “de un gran grupo de indios genéricos/civilizados que son aceptados por la sociedad nacional como ciudadanos de segunda clase, denominados y etiquetados de forma general con el arquetipo de indios” (Rivas & Lara, 2001).

En este contexto, es importante mencionar el “despertar de lo étnico”, fenómeno que en sí mismo no significa inclusión de las minorías indígenas en los planes de la nación; por el contrario, muchas veces este fenómeno revela “la segmentación histórica de las sociedades nacionales, hace emerger percepciones racistas, de exclusión social y configura identidades que representan intereses sociales y económicos distintos” (Rivas & Lara, 2001).

En el caso específico de los waorani, al considerarse por parte del resto de la nación, como una minoría indígena, su inmersión en los procesos nacionales no ha sido explícita, sino que más bien, se ha concebido como «un “objeto”, casi un “obstáculo” a superar por parte de la sociedad ecuatoriana y el Estado» (Rivas & Lara, 2001).

En la actualidad los waorani enfrentan diversos y complejos problemas, a los que “responden a estos adaptándose, cambiando o resistiendo culturalmente. La colonización de su territorio, la contaminación petrolera, la imposición de planes comunitarios, un crecimiento demográfico nunca antes conocido por la etnia y cambios socioculturales profundos, son algunos de los fenómenos que se presentan en su cultura tradicional.

## **CAPÍTULO 2: LA ASOCIACIÓN DE MUJERES WAORANI DE LA AMAZONÍA ECUATORIANA (AMWAE)**

### **2.1 El surgimiento de AMWAE**

Según Green (2012), el surgimiento de la Asociación de Mujeres Waorani del Ecuador (AMWAE) tuvo lugar gracias a un contexto favorable a nivel nacional, en donde el movimiento indígena ya había preparado el terreno para el surgimiento de líderes que aceptaran involucrarse como actores políticos para promover la protección de sus derechos culturales, territoriales y colectivos (p.8).

A causa del contacto de los Waorani con occidente, hecho sucedido hace apenas sesenta años, y la presencia de las compañías petroleras en su territorio, “se dio una reconfiguración de poderes que desplazó a las mujeres de su rol tradicional de mujeres poderosas y líderes” (Green, 2012, p.8). Dentro de esta reconfiguración los hombres waorani participan como actores políticos dentro de la Organización de la Nacionalidad Huaorani del Ecuador (ONHAE), que pasó a llamarse NAWE desde el 2007. Esta organización fue el resultado de una imposición de occidente por la necesidad de precisar de “un interlocutor oficial waorani para negociar la entrada de las petroleras a su territorio” (Green, 2012, p. 9). A pesar de este nivel de atribución, como embajadores oficiales de la nacionalidad, sus bases cuentan con poca representatividad.

En este contexto nace la AMWAE, asociación que llama la atención por constituirse en una organización formal de mujeres indígenas. Sobre todo, porque reúne tres características que, como se menciona en Green (2012) son determinantes de discriminación y marginalización: ser mujer, indígena y de escasos recursos (p.9). En adición a todo esto, habitan en el Parque Nacional Yasuní y sus alrededores, área considerada “estratégica” en cuanto a la explotación de recursos naturales.

En el trabajo de Green (2012) se demuestra cómo “el rol tradicional de poder de las mujeres waorani en su nacionalidad se ve reflejado en su consolidación como sujetos políticos” (p.9). Se manifiesta que, las mujeres waorani históricamente han tenido mucho poder de influencia en su nacionalidad e importancia por su vínculo con el medio ambiente. Por ende, su transformación en sujetos políticos, se convierte en un proceso esperado en respuesta a las nuevas configuraciones después del contacto con occidente y los conflictos socio ambientales en su territorio ocasionados por el petróleo.

Green (2012) narra cómo un día se dio cita en el parque la Alameda, frente al antiguo Banco Central, para presenciar la protesta de un grupo waorani que había llegado a Quito para manifestarse en contra de las actividades petroleras en su territorio. Cuenta que eran alrededor de 120 waorani, hombres, mujeres, ancianos y niños, caminando con la firme decisión de entregar una carta en representación de su pueblo al Congreso. “Se escuchaban los cantos de las mujeres quienes bailaban tomadas de brazos y manos dándose vueltas, yendo de adelante para atrás y recitando la misma melodía repetitiva, cantando y riendo sin parar” (p. 13). Manifiesta esta autora que lo que más le cautivó de esta expresión identitaria y política de esa nacionalidad, fue el protagonismo de las mujeres, su visible organización y su alegría.

La participación de mujeres waorani en esta protesta, no solo se dio para reclamar en contra del petróleo, sino para pronunciarse como dignas representantes de su nacionalidad, como sujeto político que influye en las decisiones que se toman en su interior, a través de la recién constituida Asociación de Mujeres Waorani del Ecuador (AMWAE).

De acuerdo con un par de testimonios recabados por Green (2012) la asociación fue conformada por las mujeres para luchar por sus derechos, “y para que los hombres no se lleven todo el dinero que en la actualidad usan para emborracharse” (p, 21). En detalle,

una mujer comentó que los hombres waorani, emplean mal el dinero que ganan, lo gastan en alcohol y eso deriva en violencia física hacia sus mujeres (p.22). Otra, manifestó que, a diferencia de los hombres, las mujeres no negocian con la petroleras, “que se habían juntado porque estaban cansadas de ver a sus esposos malgastar el dinero que nunca llegaba a sus familias y comunidades, sino que era gastado en las ciudades en alcohol y prostitución” (p.22). También se habló sobre la importancia de la “representatividad y legitimidad dentro de la etnia” (p.22).

Entonces con AMWAE, se “cambia la dinámica de organización política de los waorani regida desde 1990 por una organización de hombres impuesta como fue la ONHAE” (Green, 2012, p.36). A través de ella, las mujeres empezaron a crear espacios de interacción y compartir. “Varias mujeres que entrevisté me dijeron que una de las razones más importantes por las que apreciaban AMWAE era porque habían encontrado un lugar para reunirse y expresarse”, comenta Green (2012, p.36).

La Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana, se registró por el CONAMU (Consejo nacional de la Mujer) en enero de 2005 con los siguientes propósitos: “mejorar las condiciones de vida de las familias Waorani a través de la captación de recursos, la comercialización de la artesanía, la agricultura y el turismo” (Green, 2012, p.72). Para las mujeres, AMWAE fue el medio por el cual encontrar el reconocimiento para participar de los procesos de su nacionalidad, y poder materializar sus sueños por el bien individual y común.

## **2.2 Mujeres waorani, lideresas con voz propia**

Las mujeres waorani siempre han tenido voz y poder en su nacionalidad. Ellas han sido partícipes históricas tanto en los procesos sociales como políticos importantes de su pueblo, al mismo nivel que los hombres, a pesar de que estos últimos se hayan impuesto

a través de la NAWE como los representantes políticos waorani. Green (2012) asegura que el surgimiento de AMWAE, no es más que “una respuesta a una restauración de un equilibrio de poder que ya existía en las comunidades waorani tradicional” (p.99).

Este argumento Green lo confirma a través del relato de la autora Laural Rival, quien convivió junto con los waorani a finales de la década de los ochenta e inicios de los noventa. Ella identificó interesantes aspectos culturales waorani, tras haber experimentado en carne propia cómo es la concepción que esta etnia tiene sobre la vida. Rival aseguró no haber podido encontrar ninguna existencia dicotómica entre los siguientes conceptos: “producción y consumo, naturaleza y cultura, hombres y mujeres, boque y huerto, selva y casa, procurar y procesar, hombre y mujer” (Rival, 1996: 214 como se cita Green, 2012, p. 106).

En la actualidad existen evidentes dicotomías en los aspectos previamente mencionados. La producción ya no equivale al consumo, pues sus alimentos ya no provienen de la recolección, ni de sus chacras, en la medida que lo hacen los alimentos traídos de las ciudades. La naturaleza ya no es lo mismo que cultura, pues la modernidad provocó un proceso intensificado de aculturación en su etnia, en tan solo los 60 años que han transcurrido desde el contacto. Hoy en día la cultura de esta nacionalidad es como un híbrido que navega entre dos mundos, el de sus ancestros y las exigencias del mundo occidental. También se ha quebrantado la igualdad entre los hombres y las mujeres, según testimonios de algunas mujeres, “los roles de género han cambiado, los hombres ya no cumplen sus funciones tradicionales relacionadas a la caza y a la guerra, ni tratan a las mujeres como hacían antes ya que ahora existe incluso violencia intrafamiliar” (Green, 2012, p.107).

El poder que solía tener la mujer waorani en su nacionalidad, se puede corroborar al abordar el tema de “transferencia y herencia de la etnicidad”. “Los mestizos

generalmente no son considerados Huaorani (...) sin embargo, si su madre es una mujer de ascendencia Huaorani, la próxima generación será Huaorani nuevamente” (como se cita en Green, 2012, p.107). Lo cual demuestra la importancia que tienen las mujeres para la etnia, pues es a través de estas que se preserva la misma. Otro ejemplo es que, el nanicabo recibe el nombre de la persona más anciana que la habite, sin importar si es hombre o mujer (Green, 2012, p.107).

Más en detalle, podemos constatar la uniformidad en cuanto a roles de género, en la cultura waorani, a partir de los siguientes argumentos de Rival (2005) de acuerdo con su investigación:

Obviamente los hombres y mujeres Huaorani tienen órganos reproductivos diferentes, pero comparten esta particularidad psicológica con todas las especies sexualmente dimórficas... Hombres y mujeres actúan como individuos altamente autónomos quienes comparten mucho en común, y son básicamente idénticos... A pesar de que el hombre no se puede transformar en mujer, la mujer es considerada como físicamente equivalente al hombre, antes y pasada la fase de tener hijos (como se cita en Green, 2012, p.108).

Algo interesante a lo que hacer mención, son las diferencias de género en cuanto a matar. Este aspecto sí está categóricamente definido, son los hombres los que matan, las mujeres no. “Los hombres, no las mujeres, tienen la obligación de vengar la muerte de sus parientes. Cualquiera que sea la participación de la mujer en incitar y motivar a los hombres a la venganza (...), son ellos los que matan, no las mujeres” (Green, 2012, p.108). Por otra parte, las mujeres con las generadoras de vida y de alianzas a través del matrimonio. Aunque Rival advierte que, esto no debe concebirse como una oposición frontal de género, si resulta interesante que sea así.

En cuanto a las actividades entre hermanos y hermanas, éstas son iguales para ambos. Cambia únicamente cuando se casan, en donde entonces la división del trabajo se convierte en más complementaria. Pero antes del matrimonio, tanto el comportamiento

de niños como de niñas es similar, salen a recoger alimentos, se hacen perforaciones en sus orejas, se pintan con diseños parecidos... (como se cita en Green, 2012, p.109).

En adición, vale la pena acotar que inclusive cuando casados, hombres y mujeres comparten algunas tareas domésticas. Los hombres pueden encargarse del cuidado de los niños sin problema y de manera natural, ya que en su cultura ancestral no existen roles de género estrictamente definidos, especialmente en relación al cuidado doméstico y la crianza de los niños. Aunque, en efecto, son las mujeres las que desempeñan ese rol de manera particular, no es exclusiva de ellas.

Green (2012) en su estudio de mujeres waorani, señala que se visibilizan dinámicas de género que llaman la atención, en especial en cuanto a la división del trabajo y la redefinición de los roles de género (p.34). En este sentido se nombran a las dinámicas que derivaron con las petroleras, asentadas cerca de los poblados. Estas cambiaron profundamente el estilo de vida waorani, los roles de género y la relación entre hombres mujeres. Se dice que las empresas petroleras empezaron a contratar solo a hombres para trabajos no calificados, estos quienes nunca habían conocido un sueldo, terminaron gastándolo en alcohol, mujeres y quipos tecnológicos modernos como los celulares, manifiestan las mujeres (Green, 2012, p. 40). Adicional, en las madereras, a los hombres se les provee de sierras eléctricas, con ello los hombres pueden hacer más rápido su trabajo, y, por ende, tener más tiempo libre.

La modernidad para las mujeres, en cambio, no ha sido igual de “beneficiosa” pues todavía tienen que dedicarse al cuidado, crianza, alimentación de los hijos, además del mantenimiento de las chacras. En varias de las comunidades no tienen luz eléctrica, por lo que de nada sirven los electrodomésticos modernos. En adición a todo esto, tienen que movilizarse largas distancias para que sus hijos puedan recibir atención médica

occidental, por la introducción de enfermedades nuevas que vino con el contacto (Green, 2012, p.40).

La modernidad ha traspasado la vida de los hombres y las mujeres waorani de distintas maneras, se puede decir que para “las mujeres se ha complicado más aún, mientras que la de los hombres se ha hecho más fácil, en algunos casos transformándolos en holgazanes, como se refieren algunas mujeres a los hombres en sus críticas durante entrevistas” (Green, 2012, p.41).

Dentro de este tema se estudia la dominación en las estructuras de poder. Según Green (2012) antes de la existencia de AMWAE, la voz oficial en cuanto a la toma de decisiones políticas era la ONHAE, la cual claman que es muy poco representativa, y más bien, creada por intereses que benefician con contribuciones económicas a unos cuantos, por parte de las petroleras, sin un sistema regulado de distribución de los recursos de manera que lleguen a las comunidades (p. 42). La ONHAE, que ahora se denomina NAWE, se convirtió entonces en una estructura de poder hegemónico, al administrar la relación entre la nación waorani y el Estado, aun y con la poca representación, era la voz dominante en la esfera pública.

La ONHAE ha sido dirigida exclusivamente por los hombres waorani, ha recibido fuertes críticas “por el mal manejo de fondos, la falta de consulta y distribución de recursos obtenidos a la nacionalidad y por casos de corrupción” (Green, 2012, p.89). Dado que esta organización fue creada a partir de la lógica occidental, que concibe a los hombres como representantes para la negociación, las mujeres fueron excluidas de participar en estos espacios, lo que promovió una dominación masculina, que se consolidó a través de esta organización, la ONHAE. La misma que, por lo tanto, se convirtió en un monopolio que acaparó la voz de la nacionalidad y la toma de decisiones desde 1990 (Green, 2012, p.90).

Que la NAWE surgiera como una estructura de poder liderada por hombres se remonta a la intromisión de agentes externos, como los misioneros, que con el contacto introdujeron sus prácticas de dominación occidental en donde son los hombres a los que se les atribuye poder político, para el establecimiento del diálogo y las relaciones. Como consecuencia, el poder de las mujeres fue invisibilizado, pero solo en apariencia, porque “las mujeres siempre estuvieron detrás de las decisiones importantes tomadas para la nacionalidad” (Green, 2012, p. 43). Recordemos que, la cultura ancestral del pueblo waorani era de naturaleza autárquica y más bien igualitaria, por lo que, la reconfiguración fue más bien forzada.

En cuanto a las mujeres, podemos decir que, a través de AMWAE, han sabido levantarse como actrices políticas con una identidad colectiva bien definida: “mujeres indígenas rurales con pocos recursos, y su ‘enemigo’, las petroleras y el daño que causan a su gente” (Green, 2012, p.42).

### **2.3 Mujeres waorani, guardianas de la Amazonía**

Lo socio ambiental debe entenderse como la intersección o interrelación entre el medio ambiente natural y las personas que lo habitan, quienes subsisten de manera dependiente a este. El conflicto socio ambiental ocurre cuando existe una contraposición de ideas en cuanto al manejo de los recursos, la extracción y la conservación (como se cita en Green, 2012, p.31). El de mayor incidencia en el Ecuador, tiene lugar entre el extractivismo y la conservación. Por un lado, se encuentran quienes están favor del extractivismo: “la industria petrolera, minera y maderera, el Estado, las élites beneficiadas, la industria de servicios, entre otros (Green, 2012, p.32). Por otro, quienes están en contra: “grupos de la sociedad civil que incluyen a ambientalistas, biólogos, defensores de derechos humanos y de los pueblos indígenas, y estos mismos pueblos y

colonos, que sufren en carne propia las consecuencias fatales al ambiente por la extracción del crudo” (Green, 2012, p.32).

En este tipo de conflictos están involucrados tres diferentes actores: las empresas petroleras, el Estado y los actores sociales en donde se encuentran los grupos indígenas, campesinos, colonos y ecologistas (Green, 2012, p.33). Sobresale que:

En el escenario ecuatoriano aparece otro actor social que antes había sido invisibilizado, esta es la mujer waorani que antes de que se cree la AMWAE no tenía voz y estaba siempre bajo el umbral de su interlocutor oficial, los hombres a través de la NAWE (Green, 2012, p.33).

Aun cuando, son las mujeres, los ancianos y los niños, dado su mayor presencia al interior del territorio, quienes sufren de manera directa todas las afectaciones por las consecuencias del extractivismo, como es la contaminación, la desaparición de especies y otros derivados de la actividad petrolera, como la adopción de malas prácticas culturales que incluyen “el alcohol, la violencia doméstica y la prostitución” (Green, 2012, p.33).

En particular, se dice que, las mujeres son el grupo más afectado, porque:

A pesar de que: se ha reducido la brecha de género con el aumento moderado de la escolaridad, y que se ha reducido la brecha de género con el avance alto del acceso a la instrucción superior, la mujer continúa teniendo más dificultades de salir de la pobreza ya que existe discriminación a nivel educacional y laboral. Si a esta población se le agrega el factor étnico, podríamos concluir que la población con más dificultades para superar las trampas de pobreza es la población de mujeres indígenas. (como se cita en Green, 2012, p.36).

Por lo tanto, resulta admirable que mujeres waorani, siendo parte del grupo más vulnerable de la población, surjan como organización para enfrentar su propia situación sin permitir que les condicione, sintiéndose dignas y capaces para superarse, para mejorar las condiciones de vida de sus familias y comunidades. Pero no solo para eso, sino también para defender su bosque, que es su casa. Las mujeres waorani se destacan por su incansable lucha en este sentido, constantemente se refieren a su rol de defensoras, reclaman las problemáticas acarreadas por la contaminación y el daño del medio

ambiente. “Nosotros por eso vamos a defender antes que pierda nuestro bosque. Mi casa, quiero vivir con la sombra donde haya árboles, donde es bueno. Pero cuando la empresa llega, nos destruye todo, el bosque, el agua, hasta la familia” (como se cita en Green, 2012, p.36).

Esta relación entre las mujeres y el medioambiente se puede estudiar desde el siguiente argumento derivado del post estructuralismo feminista, que señala: “la experiencia de género en el ambiente como manifestación de los conocimientos localizados que se conforman por las diversas dimensiones de la identidad y la diferencia, incluyendo, entre otros, el género, la raza, la etnicidad y la edad” (como se cita en Green, 2012, p.37). Todo lo que abarca de manera particular a mujeres waorani.

Dentro de este marco es importante abordar también a las teorías ecofeministas, partiendo por mencionar que el ecofeminismo contemplan una relación íntima y positiva entre las mujeres y la naturaleza; al mismo tiempo que, identifica a ambas como víctimas de “una historia de dominación, opresión y explotación de parte de los hombres dentro de las estructuras patriarcales que dominan en occidente” (Green, 2012, p. 38).

Por su parte, el ecofeminismo social, propone una relación equitativa entre las personas y el medio ambiente resaltando la construcción de identidades sociales. El ecofeminismo cultural, aborda las actividades económicas en donde las personas se relacionan con la naturaleza, pero por una suerte de subsistencia. El ecofeminismo planteado por Vandana Shiva, reconoce que tanto las mujeres como la naturaleza son generadoras de vida, así como también, que “han sido colonizadas por los procesos sociales de acumulación de capital” (Green, 2012, p.38).

Por otro lado, conviene analizar el ser indígena en relación con la llamada identidad de “nativo ecológico”. Los indígenas se han posicionado como importantes

interlocutores en temas ambientales como contrapoder a las políticas nacionales en ese sentido; esto, como por defecto, por ser originarios de lugares ecológicamente biodiversos. Se produce una generalización del indígena como conservacionista, aunque no sea completamente el caso. El haber adoptado una identidad como “nativo ecológico” generaliza la idea de que los indígenas “protegen el medio ambiente y son la esperanza para enfrentar la crisis ambiental del desarrollo. Consecuentemente, las representaciones sobre los indígenas han cambiado del sujeto colonial salvaje al actor político ecológico” (Ulloa, 2004, como se cita en Green, 2012, p.87). Dentro de esta nueva concepción y discurso se encuentra un fuerte arraigo al territorio, el recuperar su autonomía y autogobierno.

Inmersas en esta dinámica están las mujeres waorani, quienes de igual manera han adoptado una identidad ecológica, y con ella han despertado como actores sociales, que participan de la vida política de su nacionalidad y ejercen presión en las decisiones de la Nación.

#### **2.4 Mujeres Waorani, productoras de iniciativas de desarrollo**

Las mujeres waorani, a través de AMWAE promueven iniciativas de desarrollo económico para sus familias y comunidades.

Como antecedentes, con la construcción de la carretera Pompeya Sur-Iro en territorio waorani, se desencadenaron consecuencias irremediabiles en el modo de vida de la población de esta nacionalidad. Varias comunidades optaron por dejar su modo de vida tradicional, seminómada, para construir asentamientos permanentes a los costados de la carretera. El acceso a la carretera, a su vez, les permitió el ingreso a la ciudad de Pompeya, en donde se encuentra la venta de provisiones modernas, así como de alcohol. El contar con alimentos a fácil alcance, provocó que los waorani dejarán de trabajar sus chakras,

los hombres abandonaron su tradicional rol de cazadores y recolectores, y empezaron a desempeñarse como empleados de las compañías petroleras (PNUD, 2017).

En adición, inmersos en esta nueva dinámica social al ubicarse cerca de Pompeya, los hombres pronto descubrieron que podían generar dinero con la venta de la carne de monte en el mercado ilegal de esta ciudad. La misma que es considerada una mercadería exótica y de lujo en ciudades de la región como Tena y El Coca, en donde se vende a precios muy altos. Esto incentivado además por el acceso a armas de fuego, lo cual hizo que los hombres waorani abandonaran sus instrumentos de caza tradicionales, para convertirse en cazadores más efectivos y mortales.

Esta situación hizo que, para inicios del año 2000, “las poblaciones de animales dentro de la Reserva de Biósfera Yasuní, se encontraran en declive y muchos waorani que dependían de la caza de subsistencia para proveer de proteínas a su familia tuvieran dificultades para encontrar qué cazar” (PNUD, 2017).

En respuesta a las consecuencias devastadoras de la comercialización ilegal de la carne de monte para la vida de los waorani, las mujeres, a través de AMWAE, se plantearon encontrar fuentes alternativas de ingresos económicos para revertir esta situación. Es así que, en 2010, en alianza con TRAFFIC, la red de monitoreo del comercio de vida silvestre, AMWAE se involucra dentro del proyecto denominado: Fortalecimiento de la conservación y gestión de la diversidad biológica en el territorio waorani: la creación de alternativas económicas sostenibles para reducir el comercio de vida silvestre (PNUD, 2017). Dentro de esta iniciativa las mujeres empezaron a desarrollar proyectos para la subsistencia individual y común: la producción de cacao, la comercialización de artesanías de palma de chambira, así como planes de reforestación, entre otros. Con estos emprendimientos productivos, las mujeres aportan con ingresos económicos para mejorar las condiciones de vida de sus familias y comunidades, los

mismos que se basan en la conservación de la biodiversidad, y en la preservación de sus valores culturales (PNUD, 2017).

#### **2.4.1 Wao, chocolate para la conservación**

Una de las iniciativas que mujeres waorani decidieron emprender, fue el cultivo de cacao fino de aroma, pues esta se proyectaba como una opción prometedora, apropiada en el contexto de su cultura y la conservación del medio ambiente.

Las mujeres decidieron ofrecer árboles jóvenes de cacao a las familias que se comprometieran a dejar de proveer carne de monte al mercado de Pompeya. Adicionalmente, las familias participantes en la iniciática del cacao, acordaron llevar un registro de su caza de subsistencia y se abstuvieron, voluntariamente, de cazar pecaríes labios blancos (PNUD, 2017).

En 2013, tuvo lugar la primera cosecha de frutos de cacao, sus granos posteriormente se fermentaron en los viveros, y se secaron in situ, antes de enviarse la planta procesadora Bios en Quito, con quien mantenían una alianza, para elaborar las barras de chocolate negro amargo de 50 y 70% cacao orgánico. En efecto, en 2014, AMWAE, obtuvo una certificación orgánica para su chocolate que se decidieron llamar: Wao, chocolate para la conservación.

#### **2.4.2 Waorani Hecho a Mano, artesanías de chambira**

Además del cultivo de cacao orgánico las mujeres identificaron otra fuente alternativa de ingresos económicos, a través de la comercialización de artesanías de chambira, palma endémica de la Amazonía, que las mujeres vienen usando por cientos de años en la fabricación de utensilios para su vida cotidiana tradicional. Por lo tanto, esta actividad resalta en cuanto a la preservación de su cultura e identidad.

Con este propósito, AMWAE con la ayuda de ONG'S y científicos, empezaron con la creación de “estándares de gestión sostenible para la palma de chambira, basados en prácticas de cosecha tradicionales” (PNUD, 2017). Se trató de un plan de

sostenibilidad, el mismo que “impide la tala de las palmas y promueve la reforestación de áreas degradadas utilizando la especie” (PNUD, 2017). Estos lineamientos cumplen con la certificación FairWild, que avala la sostenibilidad ambiental y socialmente responsable.

Actualmente mujeres waorani producen una diversidad de artesanías de chambira, las mismas que tienen a la venta en un par de puntos comerciales.

### **2.4.3 Impactos generados con las iniciativas de AMWAE**

#### **2.4.3.1 Impacto Ambiental**

Varias de las comunidades waorani se asientan en el Parque Nacional Yasuní, el mismo que fue creado en 1979, tiene una extensión total de 1.7 millones de hectáreas, y fue declarado por la UNESCO como Reserva de Biósfera Yasuní, uno de los lugares con mayor biodiversidad del planeta. Un área de valor incalculable para la humanidad, por la cantidad de especies de animales y de árboles que se encuentran ahí.

Investigaciones realizadas en 2007, comprobaron que “13 toneladas de carne de monte eran anualmente comercializadas en el mercado de Pompeya” (PNUD, 2017). Para inicios del 2000, esta problemática se avizoraba como una amenaza grave tanto para subsistencia del Yasuní, como de los waorani. Pues la cacería ilegal detonó en alteraciones significativas para el ecosistema y la vida de este pueblo.

Gracias a la gestión de AMWAE, no solo que se logró reducir la caza ilegal, sino que se generó un precedente para junto con académicos y ONG’S ejercer presión en el Gobierno del Ecuador, para que se atendiera de manera definitiva esta problemática.

Durante un período de casi dos décadas, las autoridades gubernamentales locales y nacionales hicieron caso omiso del mercado de carne de monte proveniente de la Reserva de Biósfera Yasuní. En 2011 y 2012, el Ministerio de Ambiente de Ecuador finalmente actuó, allanando varios mercados de carne de monte en la

región amazónica y quemando en forma pública el contrabando confiscado. (PNUD, 2017).

Con este suceso, autoridades locales y provinciales se unieron, ofreciendo su apoyo para identificar y clausurar restaurantes del lugar en donde se vendía la carne de monte. Entonces, empezaron a producirse programas educativos para alertar a los compradores sobre los lugares que expendan carne de monte.

Con todo, aunque sigue existiendo caza ilegal de la fauna silvestre en la Reserva de Biósfera Yasuní de manera clandestina, como resultado del grande esfuerzo de AMWAE por erradicar esta problemática, el comercio ilegal de carne de monte ha disminuido enormemente (PNUD, 2017).

#### **2.4.3.2 Impactos Socioeconómicos**

Antes de que mujeres waorani pusieran en marcha estas iniciativas para el desarrollo de la economía familiar y comunitaria, ellas no contaban con ingresos propios, por lo que no gozaban de autonomía ni injerencia en cuanto al presupuesto familiar. En la actualidad, con sus emprendimientos productivos, mujeres waorani proveen con fuentes de ingresos a más de 100 familias. Según el PNUD (2017) “las familias que producen cacao reciben US\$1.25 por cada libra de su cosecha, una prima de US\$0.45 por encima del precio de mercado”.

En cuanto a las artesanías de chambira, quienes las producen retienen el 70% del precio de venta, el 30% restante se destina a un fondo común y la administración de la tienda con la que cuentan. “Las mujeres pueden utilizar las tiendas de artesanías AMWAE como cuentas bancarias, retirando fondos de la tienda a medida que lo necesiten para pagar los gastos de la familia” (PNUD, 2017). Las ganancias que obtienen de sus emprendimientos, las mujeres los utilizan para la educación de sus hijos, pagar gastos médicos y de mantenimiento de su negocio.

## **CAPÍTULO 3: LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

### **3.1 Entendiendo la Comunicación para el Desarrollo**

La comunicación para el desarrollo surge con el propósito de cubrir las necesidades de comunicación y acceso a la información por parte de las personas en condición vulnerable. Reconociendo que la comunicación cumple un papel vital en el empoderamiento de las personas para incrementar su nivel de agencia en las decisiones que se toman y afectan sus vidas.

La Comunicación para el Desarrollo (CPD, Communication for Development o C4D por sus siglas en inglés) es uno de los modos más importantes para ampliar el acceso a estas nuevas oportunidades. CPD es más que una estrategia: es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas. (UNDP, 2011).

La Comunicación para el Desarrollo aborda enfoques que fomentan la equidad y la sostenibilidad, para ser integrados en “los instrumentos de planificación de programas, así como en la asignación de recursos, para fortalecer la comunicación y la información como herramientas básicas que hagan del desarrollo un proceso centrado en las personas” (UNDP, 2011). De hecho, la Comunicación para el Desarrollo potencia el desarrollo humano, porque se centra en su empoderamiento, prioriza el ofrecer las herramientas y espacios para que sean las personas quienes puedan expresarse desde su propio contexto. Su papel en este sentido, le distingue cabalmente de la comunicación corporativa o interna.

En efecto, es importante comprender cómo la Comunicación para el Desarrollo se distingue de otros tipos de comunicación. Por cuanto, al hablar de comunicación, suele ocurrir un reduccionismo en cuanto a lo que significa el término. Generalmente, a la comunicación se lo asocia simplemente con una actividad que tienen como finalidad impulsar la imagen de una organización o de mejorar el flujo de información en la misma.

En detalle, por un lado, tenemos a la comunicación corporativa, la cual se encarga de alinear y articular a la organización con su identidad de manera que sus valores puedan transmitirse de forma sólida y coherente hacia el público. En cuanto a la comunicación interna, estamos hablando de las estrategias para que el flujo de la comunicación al interior de la organización pueda darse de manera eficiente y efectiva, promoviendo una sinergia que conecta a todos quienes la conforman.

Por su parte, la Comunicación para el Desarrollo se emplea en “la comunicación para el cambio de comportamiento, comunicación para el cambio social, comunicación para la incidencia y fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones” (UNDP, 2011). En definitiva, la CPD contribuye en el fortalecimiento de las bases que sostienen los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas, los cuales se fundamentan en “los derechos humanos, la apropiación nacional, la igualdad de género y la eficacia de las actividades de desarrollo” (UNDP, 2011).

Con todo, a continuación, dos definiciones que la CPD ha adoptado en el tiempo:

En 1997, en Asamblea General de las Naciones Unidas:

La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo. (UNDP, 2011)

En 2006, en el Consenso de Roma alcanzado en el Congreso Mundial sobre la

Comunicación para el Desarrollo:

Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver con las relaciones públicas o la comunicación corporativa. (UNDP, 2011).

### **3.2 Evolución de la Comunicación para el Desarrollo**

La Comunicación para el Desarrollo nace con la teoría de la modernización, pensamiento que predominó después de la Segunda Guerra mundial, en el cual se creía que los países en vías de desarrollo debían adoptar el progreso mediante las prácticas del exterior. En este sentido, la creencia de la época, era que los medios de comunicación tenían el poder de generar el cambio, se decía que estos “llevarán los vientos de la modernización a las comunidades tradicionales aisladas y sustituyeran su estructura de vida, valores y comportamientos por los de las sociedades modernas occidentales” (UNDP, 2011). Es decir, a los medios de comunicación de masas se los consideraba el instrumento ideal para transferir el modo de vida de un mundo desarrollado, a uno en vías de desarrollo, y de lo urbano a lo rural. Recordemos que, los medios de masas son unidireccionales, por los que las personas se convierten en meros receptores pasivos.

Esta concepción cambió en la década de 1970, en donde empezaron a surgir voces en contraposición manifestando los problemas derivados del modelo de la modernización aplicado en América Latina. Esta discrepancia dio lugar a la teoría de la dependencia, “la cual conceptualizó al mundo como un núcleo industrializado compuesto por unos pocos países ricos y una periferia subdesarrollada que comprendía numerosos países pobres” (UNDP, 2011). De acuerdo con esta teoría, se piensa que el núcleo son los países colonizadores capitalistas, los cuales se desarrollan a costa de sus antiguas colonias, de donde se abastecen de materia prima y mano de obra barata, que hace cada vez más ricos a los primeros, y a los segundos imposible el alcanzar el nivel de progreso de estos. Con todo y las presiones ejercidas por parte de los defensores de esta teoría, para que la información sea más equilibrada en el ámbito internacional, los Estados continuaron usando los medios de comunicación de masas, sin valorar el contexto local.

Ya para finales de la década de los 70's quedó claro que el público no es un mero receptor pasivo de información, y que los medios de masas no eran suficiente para el cambio de mentalidad y comportamiento que se perseguía. Entonces, surge la perspectiva llamada "otro desarrollo" la cual empieza a calar en el mundo de la comunicación. Este enfoque sugiere que "el diseño y, la implementación de los programas de desarrollo" deben surgir de las propias comunidades (UNDP, 2011), porque son estas quienes experimentan el desarrollo en su contexto particular. A partir de ahí, la comunicación empieza a incluir en sus prácticas medios alternativos que "fueron considerados como mecanismos importantes del ámbito local para que las personas se involucraran en actividades de desarrollo" (UNDP, 2011). La Comunicación para el Desarrollo empezó a entenderse como un proceso bidireccional en el que las comunidades se involucraban y participaban activamente por su propio desarrollo.

Más adelante, a finales de los 80's la idea de desarrollo participativo explicada previamente, en donde las comunidades se implicaban en la determinación de sus propios problemas y soluciones, ya se había posicionado en las organizaciones de desarrollo, principalmente en las organizaciones no gubernamentales (ONG's). Es desde ésta época en donde los métodos de comunicación horizontales y multidireccionales empiezan a tomar relevancia, utilizando una diferente gama combinada de canales que priorizan el diálogo para fomentar confianza y entendimiento entre las partes, empoderando y amplificando la voz de las personas en condición vulnerable.

En la primera década del siglo XXI empieza un debate acerca de la Comunicación para el Desarrollo. Unos señalan que esta debería "facilitar cambios en relaciones de poder y contribuir a una transformación social positiva dirigida por aquellos sobre los que más repercuten las políticas de desarrollo (UNDP, 2011). Otros, creen que las personas en el rango de pobreza no deberían determinar los procesos políticos, sino solo informar

a los responsables. También, existe “una perspectiva de consenso a favor de un enfoque integral y diagonal que aproveche la comunicación horizontal para informar en la adopción de decisiones de los ámbitos nacional y local” (UNDP, 2011).

### **3.3 Tendencias de la Comunicación para el Desarrollo**

Dentro de la Comunicación para el Desarrollo, las organizaciones de Naciones Unidas han identificado cuatro tendencias que se interrelacionan entre sí: comunicación para el cambio de comportamiento, comunicación para el cambio social, comunicación para la incidencia y fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones (UNDP, 2011).

#### **3.3.1. Comunicación para el cambio de comportamiento (CCC)**

Este se trata de un proceso comunicacional que tiene el objetivo “de fomentar y preservar comportamientos positivos y adecuados” (UNDPD, 2011). Uno de los enfoques más conocidos, utilizado sobre todo en los programas de desarrollo de la década de los 50’s. Más en detalle, la comunicación para el cambio de comportamiento toma en cuenta que, para producir cambios sociales, es necesario promover cambios individuales. Este tipo de comunicación ha evolucionado “de programas de información, educación y comunicación (IEC) a promover mensajes más adaptados, un mayor diálogo y competencia local” (UNDP, 2011) priorizando resultados que aspiren a la salud y el bienestar.

A partir de la década de los 90’s, se ha incluido una visión más estratégica para conseguir los cambios de comportamiento que se desean a través de la comunicación, con prácticas como “la movilización de las comunidades, la orientación centrada en el cliente y las intervenciones en la red social” (UNDP, 2011). Lo mismo que pone de manifiesto, el reconocimiento de que el comportamiento individual está influenciado por el contexto

particular: social, cultural, económico y político. Tomando en cuenta este aspecto, algunas organizaciones utilizan el término Comunicación Estratégica (CE), para destacar las nuevas formas de ideación que surgen con la comunicación en la interacción con las comunidades locales en una cultura específica (UNDP, 2011). Esta puede incluir elementos como: “la educación entre iguales, el marketing social, la educación para el entretenimiento, las políticas públicas, la incidencia de los medios de comunicación, el empoderamiento personal y comunitario, así como las Relaciones Públicas (UNDP, 2011).

### **3.3.2. Comunicación para el cambio social (CCS)**

La comunicación para el cambio social prioriza el diálogo como aspecto esencial para promover el desarrollo, la participación de las personas, y el empoderamiento de estas. Este enfoque es participativo y resalta las virtudes de la comunicación horizontal, así como la necesidad de crear alianzas a través de la negociación, con base en las personas, como agentes de cambio (UNDP, 2011). Mediante los procesos de diálogo, todos los miembros de la comunidad (hombres, mujeres, niños y niñas) “definen quiénes son, qué quieren y necesitan y qué debe cambiar para conseguir una vida mejor (UNDP, 2011). Se trata de acciones que se llevan a cabo en comunidad, de manera colectiva y a largo plazo, se van produciendo los cambios sociales. Es decir, este enfoque se aleja del comportamiento individual y propicia lo comunitario. “Se rigen por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación activa” (UNDP, 2011).

### **3.3.3. Comunicación para la incidencia**

La Comunicación para la Incidencia “implica acciones organizadas con el objetivo de influenciar el clima político, decisiones de procesos políticos y programas,

percepciones públicas sobre normas sociales, decisiones sobre asignación de fondos y apoyo comunitario, así como empoderamiento en asuntos determinados” (UNDP, 2011). La comunicación, en este sentido, se convierte en un medio para provocar cambios en la “gobernabilidad, las relaciones de poder, las relaciones sociales, las actitudes e incluso el funcionamiento institucional” (UNDP, 2011). De manera que, se pueda influir en los tomadores de decisiones a nivel político y social a todo nivel, para el desarrollo propicio y la equidad. Todo enmarcado dentro de una estrategia de comunicación.

#### **3.3.4. Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones**

Se trata de un enfoque que resalta la importancia y necesidad de fortalecer las capacidades de la comunicación para fomentar la expresión de las ideas, de manera que todos los colectivos puedan participar con su opinión en los debates de desarrollo y procesos de toma de decisiones. Esto incluye el mejoramiento de:

La infraestructura profesional e institucional para propiciar medios libres, independientes y pluralistas al servicio del interés público, amplio acceso público a una variedad de medios y canales de comunicación, un entorno regulado y no discriminado del sector de las difusiones, sistemas de rendición de cuentas de los medios y libertad de expresión. (UNDP, 2011).

### **3.4 Comunicación para el Desarrollo en relación con los principios de las Naciones Unidas**

La Comunicación para el Desarrollo se relaciona con varios de los principios que rigen el enfoque de Naciones Unidas para el desarrollo, los cuales se abordarán a continuación:

#### **3.4.1. Enfoque de desarrollo basado en los derechos humanos (HRBA por sus siglas en inglés)**

Este enfoque de Naciones Unidas basado en los derechos humanos, identifica los sujetos de derechos, tanto individuales como colectivos; y los garantes, estatales y no estatales, para reforzar la agencia de los primeros para reivindicar y hacer respetar sus derechos, así como para que los garantes cumplan con sus obligaciones. En este sentido, la Comunicación para el Desarrollo, aporta de manera coherente con el enfoque, pues se centra en las personas. A través de esta se hace posible el acceso a la información y la participación de los grupos vulnerables en los procesos que les permiten ejercer sus derechos. En ella se emplean tanto medios tradicionales como los nuevos medios, y comunitarios, los cuales ofrecen una plataforma que les otorga a las personas en situación de vulnerabilidad, la oportunidad de participar “de manera informada en el discurso del desarrollo” (UNDP, 2011).

#### **3.4.2. Desarrollo de capacidades para la apropiación a nivel nacional**

Es una prioridad de las Naciones Unidas promover el desarrollo de capacidades, en aspectos que incluyen: “el acceso a la información, la inclusión, la participación, la equidad y el empoderamiento” (UNDP, 2011). Elementos que se encuentran incluidos en la razón de ser la Comunicación para el Desarrollo, misma que contempla al contexto local como determinante esencial para el desarrollo de las capacidades. Tiene que ver con la creación de las condiciones y oportunidades propicias y necesarias para que las personas puedan expresar sus puntos de vista y participar activamente en el desarrollo de las soluciones a las problemáticas que enfrentan. Por lo tanto, se trata de identificar y abordar las capacidades precisas, “para que las personas puedan acceder a la información, entenderla y adquirir confianza para actuar” (UNDP, 2011).

#### **3.4.3. Igualdad de Género**

De igual manera, “la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer y la consecución de la igualdad de género constituyen elementos básicos del Enfoque basado en los derechos humanos y son prioritarios para los Equipos de las Naciones Unidas en el País” (UNDP, 2011). En este punto la Comunicación para el Desarrollo involucra una serie de iniciativas para promover la participación de la mujer en distintos espacios de la sociedad. Se trata sobre la creación de oportunidades para que las mujeres puedan expresar sus habilidades, y ejercer presión por los cambios que fomenten la igualdad, y acciones colectivas para superar esta problemática. La comunicación entonces sirve de instrumento para “desafiar las percepciones, las expectativas y los supuestos sobre los roles de género” (UNDP, 2011).

#### **3.4.4. Sostenibilidad medioambiental**

“Las medidas para reducir el daño potencial de los recursos naturales de un país son fundamentales para responder a las necesidades sociales y económicas de las personas, en especial de los pobres” (UNDP, 2011). Bajo Esta premisa, la Comunicación para el Desarrollo ejerce un papel fundamental, pues al incentivar un cambio de comportamiento, aporta al principio de sostenibilidad medioambiental, empoderando a las personas para convertirse en agentes de cambio, catalizando transformaciones en la sociedad respecto a este tema. Para enfrentar los desafíos medioambientales, la comunicación es primordial, porque permite informar a las personas sobre la problemática, abrir espacios de debate, reflexión y acción.

## **CAPÍTULO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**

### **4.1 Presentación de la Campaña**

Yo Apoyo Mujeres Wao es una campaña de comunicación que se creó para visibilizar e impulsar los emprendimientos de mujeres waorani, los cuales en el contexto del Covid-19 se vieron significativamente afectados. Puesto que los productos de mujeres waorani se encontraban en puntos turísticos para su venta, sector que decayó notablemente durante este año atípico de pandemia, los ingresos para el sustento económico de sus familias y comunidades sufrió las repercusiones.

El antecedente mencionado ha sido una de las motivaciones para emprender este trabajo estratégico de comunicación. Tomando en cuenta que, se aborda una causa social que repercute a un grupo en específico, la Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana. El mismo que cumple con algunas características particulares, que ha sido preciso considerar para el desarrollo de la campaña.

En primer lugar, se trata de un pueblo originario de nuestro país, con una cultura ancestral, reconocidos a nivel mundial, por su historia y líderes actuales, como Nemonte Nequimo, de renombre en temas de defensa del territorio y la naturaleza. Los waorani son la última nacionalidad indígena contactada en el Ecuador, hace apenas unos 60 años, por lo cual, ha sido preciso desarrollar una sensibilidad especial para saber escuchar las necesidades de mujeres waorani, dentro de esta nueva configuración identitaria, ya que encuentran en pleno período de adaptación.

En base a lo mencionado, esta campaña ha adoptado el enfoque de Comunicación para el Desarrollo, pues esta perspectiva prioriza el diálogo y el contexto particular de cada grupo social para ampliar el acceso a oportunidades, y fomentar el desarrollo equitativo y sustentable, fomentando la inclusión. Reúne precisamente premisas

importantes las cuales se aborda al hablar de mujeres waorani: derechos humanos, igualdad de género y conservación del medioambiente.

#### 4.1.1 Pertinencia del tema

Impulsar y promover los emprendimientos de mujeres waorani es pertinente pues como hemos de podido conocer a lo largo de este trabajo, sus iniciativas productivas tienen un triple impacto positivo: ambiental, cultural y social. Ambiental, dado que sus proyectos nacieron como alternativa para fomentar la conservación, y frenar prácticas que ponían en riesgo tanto el Yasuní, como su propia subsistencia. Cultural, puesto que a través de ellos se rescatan sus valores culturales y además se propician espacios de intercambio, para fortalecer los vínculos que permitan la transmisión de su cultura. Finalmente, a través de sus dos emprendimientos emblemáticos mujeres waorani están fomentando el desarrollo socioeconómico tanto de sus familias como de su pueblo. Estos tres aspectos son muy importantes, no solo para la nacionalidad waorani, pues su impacto nos beneficia a todos. Apoyamos en la conservación del Yasuní, este lugar megadiverso de relevancia mundial, y preservamos una cultura ancestral de nuestro país.

Por otra parte, los aspectos previamente mencionados están alineados con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:



*Igualdad de Género*, porque el trabajo que realizan las mujeres a través de AMWAE les permite participar de los procesos de toma de decisiones de su nacionalidad, convirtiéndolas en agentes sociales con voz y voto para negociar e incidir por su pueblo.

*Producción y consumo responsables*, porque sus emprendimientos se basan en la conservación y están enmarcados en el comercio justo, además de que promueven conciencia en el consumo, porque detrás de ellos existe toda una historia y lucha en beneficio de una relación armónica con el medioambiente.

*Vida de ecosistemas terrestres* porque con sus proyectos se preserva la Reserva de Biósfera de Yasuní, este lugar que ha sido declarado después de varias investigaciones científicas, como uno de los más diversos biológicamente en el planeta.

#### **4.1.2 Problema social**

La problemática es que los productos de mujeres waorani, y su valor de triple impacto que ya se han comentado, no se conocen. Por lo tanto, la causa es visibilizar sus emprendimientos y su gran valor detrás. Promover el *awareness* al respecto de estas iniciativas, además de una conciencia en el consumo. Se trata de ir más allá de una mera promoción, pues estamos hablando de productos cargados de valor intrínseco que necesita ser comunicado de la manera correcta.

A la par, es importante resaltar el liderazgo de mujeres waorani en el desarrollo de estas iniciativas. Su rol es esencial para sostener la biodiversidad y seguridad alimentaria de sus familias, lo cual es digno de destacar. En medio de las presiones y limitaciones, han sido las mujeres las gestoras de posibilidades que sacan adelante con su trabajo incansable y lleno de esperanza.

#### **4.1.3 Territorio de Acción**

La campaña Yo Apoyo Mujeres Wao ha enfocado su presencia y difusión en medios digitales, específicamente Instagram y Facebook. Para lo cual, se ha trabajado con una planificación estratégica de contenido, que aprovecha las herramientas de estas dos plataformas, como son las transmisiones en vivo que permiten llegar al público objetivo de manera inmediata, amigable y funcional. En adición, se ha optado por la plataforma Zoom para la realización de webinars de mediana duración donde se abordan temas más complejos en relación a la causa social.

#### **4.1.4 Alcance de la Causa Social**

La campaña proyecta tener un alcance en tres direcciones:

- Generar alianzas comerciales para ubicar sus productos en nuevos puntos de venta.
- Crear conexiones para ampliar el acceso a oportunidades de crecimiento e innovación.
- Posicionar a la comunicación como pilar estratégico que apoya la sostenibilidad de sus emprendimientos.

## **4.2 Diagnóstico de Comunicación**

### **4.2.1 FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Waorani son reconocidos nacional e internacionalmente.</li> <li>• Buena administración de AMWAE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nemonte Nenquimo, líder Waorani reconocida a nivel mundial</li> <li>• Mayor conciencia medioambiental y social</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia en la gestión de AMWAE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Próximos a la navidad</li> <li>• Época electoral</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En el contexto del Covid decayeron las ventas canalizadas a través del sector turístico y hotelero.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio web</li> <li>• No tienen asesoría o cuentan con persona encargada de la comunicación y/o el marketing</li> <li>• No cuentan con una estrategia digital, ni buen manejo de redes sociales.</li> </ul>

#### **4.2.2 Eje de Campaña**

El eje de la campaña es el liderazgo de mujeres waorani, resaltando en su papel de productoras, además de guardianas de su territorio, y defensoras de su cultura y la Amazonía. El contenido se planificó de manera estratégica en este sentido, destacando los rasgos culturales de los waorani, antes del contacto con occidente, la participación de la mujer waorani en los procesos de su pueblo, desde siempre, incidiendo en la toma de decisiones. Para ello, se ha asacado provecho de la coyuntura y fechas importantes, en temas relacionados con la causa social.

#### **4.2.3 Concepto de la Campaña**

El concepto de la campaña, la línea gráfica, así como su ejecución, ha priorizado el diálogo con y el respeto hacia mujeres waorani, sus deseos y puntos de vista. En cuanto al concepto, este se ha enfocado en ellas: su espíritu de fortaleza, el orgullo de su identidad

cultural, así como en su manera de relacionarse con su medioambiente. El mismo entonces, gira en torno al liderazgo de las mujeres, la cultura ancestral waorani, y la conciencia de unidad con el medioambiente.

#### **4.2.4 Nombre de la Campaña**

El nombre de la campaña se ha definido como Yo Apoyo Mujeres Wao. Se ha redactado en primera persona para fortalecer el sentido personal de identificación con el trabajo que mujeres waorani realizan y su significado. De esta manera, en el propio título ya se encuentra entendido un verbo con un llamado a la acción que en su conjugación denota su aplicación en el momento presente. La palabra Wao junto a mujeres, suena como el vocablo ¡wow! en inglés, al que se hace mención cuando algo sorprende o cautiva, lo mismo que funciona como adjetivo que hace referencia al grandioso trabajo liderado por mujeres waorani.

#### **4.2.5 Misión**

La campaña Yo Apoyo Mujeres Wao tiene el propósito de visibilizar los productos de mujeres waorani, resaltando en su valor de triple impacto: ambiental, cultural y social.

#### **4.2.6 Visión**

Convertirnos en la campaña de comunicación referente en la visibilización de los productos de mujeres waorani, que además sirva como modelo para el impulso de otros proyectos sociales afines.

#### **4.2.7 Identidad Visual**



### **4.3 Públicos**

#### **4.3.1 Públicos Beneficiados**

De manera directa a las mujeres Waorani, miembros de AMWAE, pertenecientes a las 58 comunidades de las provincias de Napo, Pastaza y Orellana.

De manera indirecta, a las familias y comunidades Waorani a las que pertenecen las mujeres de AMWAE.

#### **4.3.2 Públicos Aliados**

##### *Espacios Académicos*

- Gobierno Estudiantil de la Universidad San Francisco de Quito (GOBE – USFQ)
- Federación de Estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (FEUCE-PUCE)
- Federación de Estudiantes de las Universidades Privadas del Ecuador (FEUPE)
- Club de Emprendimiento - Campuslife USFQ
- Club de Sostenibilidad - Campuslife USFQ

- Club de Fauna Silvestre - Campuslife USFQ

#### *Espacios culturales, de innovación y emprendimiento*

- NunaLifestyle, plataforma digital de vida consciente
- Radio Cocoa, medio independiente y alternative de difusión cultural
- La Tejedora Distrito Creativo
- Casa Mitómana, invernadero cultural
- El útero, espacio sociocultural
- Impaqto, coworking e innovación social
- Play House Quito, coworking y espacio cultural

#### *Auspiciantes de la empresa privada*

- Honrarte, diseño editorial ecuatoriano
- Casa Warami, productos orgánicos mujeres de la región andina
- La Selva, ecolodge en la Amazonía
- Urkuwasi, ecolodge en los Andes
- Cero Residuos, marca de productos ecológicos
- Uko Bread, pan de masa madre
- Superfoods, tienda de productos orgánicos
- Epicentre, innovación social y ambiental

#### *Influencers*

- Pancho Viñachi, actor
- Ave Jaramillo, actor
- Carolina Perez, actriz
- Monserrath Astudillo, actriz

Todos activistas en causas sociales y ambientales

### **4.3.3 Públicos de Interés**

Hombres y mujeres de 19 a 55 años de edad, de la ciudad de Quito, y otras partes del mundo, consumidores de productos orgánicos, ecológicos, y artesanales, con tendencia a involucrarse y apoyar causas ambientales y sociales.

## **4.4 Objetivos**

### **4.4.1 Objetivo General**

Crear una campaña digital que, de manera estratégica, en el período de un mes y medios, genere el *awareness* acerca del liderazgo de mujeres waorani en el desarrollo iniciativas productivas como alternativa para el sustento económico de sus familias y comunidades, dando a conocer sus dos productos emblemáticos, resaltando en su triple impacto: ambiental, cultural y social.

### **4.4.2 Objetivos Específicos**

1. Visibilizar el liderazgo de mujeres waorani
2. Promover los productos de mujeres waorani

## **4.5 Fases y Estrategias de la Campaña**

### **4.5.1 Fase Inspirar**

#### *Estrategia*

En esta fase la estrategia se enfocó en abordar el objetivo específico 1, visibilizar el liderazgo de mujeres waorani, a través de contenido educativo de valor. Se empezó por generar expectativa con fotos que hacen alusión a mujeres waorani y su trabajo en la cotidianidad, introduciendo de manera estratégica sus dos emprendimientos: Wao,

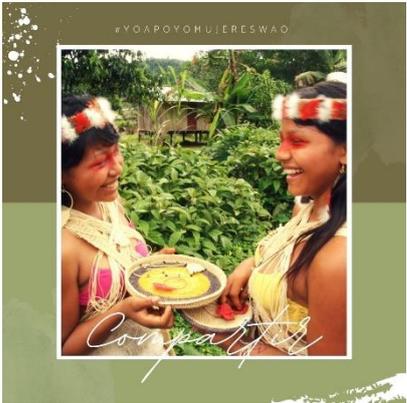
chocolate para la conservación y Waorani Hecho a Mano, artesanías de chambira. Todo con una descripción breve pero contundente para expresar el valor detrás de los mismos.

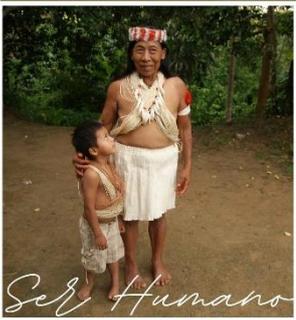
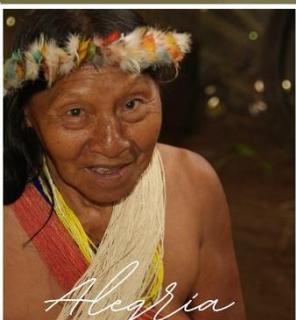
PUBLICACIÓN	ANÁLISIS	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 45</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 123</p> <p>Interacciones: 11</p> <p>Reacciones: 10</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 33</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 1</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 146</p> <p>Interacciones: 21</p> <p>Reacciones: 17</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 72</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 63</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 604</p> <p>Interacciones: 76</p> <p>Reacciones: 35</p>

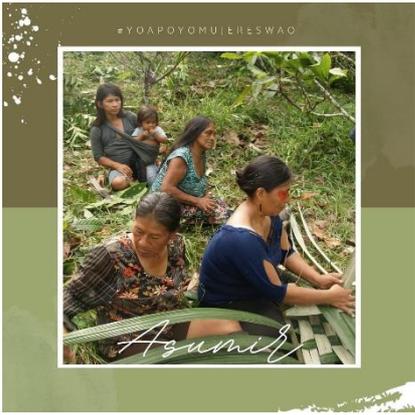
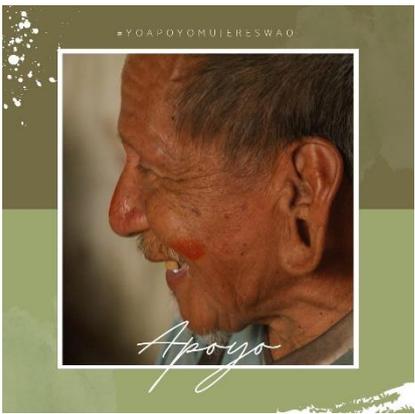
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 40</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 601</p> <p>Interacciones: 51</p> <p>Reacciones: 34</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 39</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 196</p> <p>Interacciones: 16</p> <p>Reacciones: 14</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 28</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 2600</p> <p>Interacciones: 198</p> <p>Reacciones: 111</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 22</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 123</p> <p>Interacciones: 17</p> <p>Reacciones: 16</p>

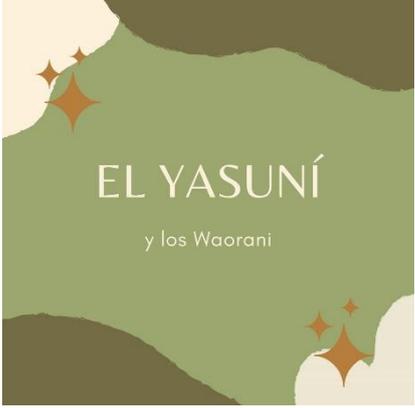
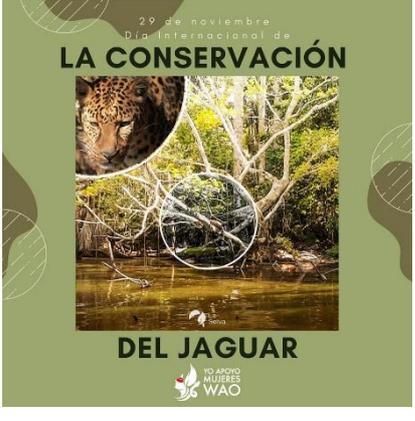
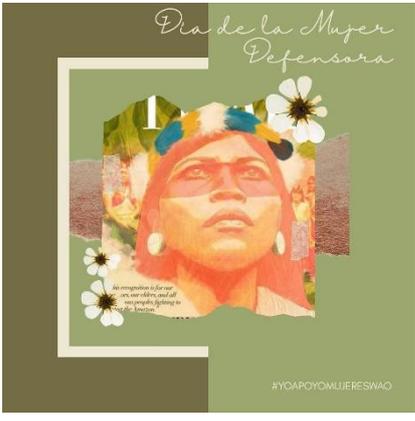
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 35</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 2200</p> <p>Interacciones: 201</p> <p>Reacciones: 90</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 57</p> <p>Comentario: 9</p> <p>Compartido: 8</p> <p>Guardado: 3</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 1000</p> <p>Interacciones: 142</p> <p>Reacciones: 49</p>

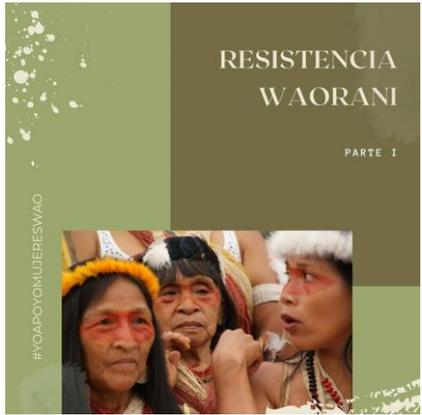
Posteriormente, se continuó alternando entre dos tipos de contenido informativo. Una en formato foto, con una palabra representativa de la cultura waorani; y la otra, como paquete de información en serie con un tema específico.

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 33</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 1100</p> <p>Interacciones: 100</p> <p>Reacciones: 53</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 48</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 1900</p> <p>Interacciones: 195</p> <p>Reacciones: 134</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 32</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 398</p> <p>Interacciones: 49</p> <p>Reacciones: 30</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 31</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 164</p> <p>Interacciones: 19</p> <p>Reacciones: 18</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 19</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 314</p> <p>Interacciones: 34</p> <p>Reacciones: 23</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 29</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 1</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 224</p> <p>Interacciones: 32</p> <p>Reacciones: 22</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 43</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 620</p> <p>Interacciones: 59</p> <p>Reacciones: 34</p>
<p><b>PUBLICACIÓN</b></p>	<p><b>ANÁLISIS</b></p>	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 51</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 5</p> <p>Guardado: 3</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 2100</p> <p>Interacciones: 184</p> <p>Reacciones: 83</p>

 <p>EL YASUNÍ y los Waorani</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 58</p> <p>Comentario: 3</p> <p>Compartido: 5</p> <p>Guardado: 5</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 92</p> <p>Interacciones: 8</p> <p>Reacciones: 6</p>
 <p>YO APOYO MUJERES WAO <i>Como Apayar?</i></p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 40</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 5</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 256</p> <p>Interacciones: 12</p> <p>Reacciones: 6</p>
 <p>29 de noviembre Día Internacional de <b>LA CONSERVACIÓN</b> DEL JAGUAR</p> <p>YO APOYO MUJERES WAO</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 86</p> <p>Comentario: 6</p> <p>Compartido: 8</p> <p>Guardado: 5</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 384</p> <p>Interacciones: 38</p> <p>Reacciones: 25</p>
 <p>Día de la Mujer Defensora</p> <p>YO APOYO MUJERES WAO</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 74</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 213</p> <p>Interacciones: 19</p> <p>Reacciones: 14</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 95</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 9</p> <p>Guardado: 4</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 262</p> <p>Interacciones: 22</p> <p>Reacciones: 17</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 83</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 24</p> <p>Guardado: 14</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 220</p> <p>Interacciones: 14</p> <p>Reacciones: 8</p>

En adición, se publicaron videos de mujeres waorani enviando sus saludos, presentando sus productos y solicitando el apoyo del público, en donde la descripción contenía información personal para la creación de un vínculo más cercano con mujeres waorani: conocer su personalidad, gustos, pasatiempos, luchas, responsabilidades.

<p><b>PUBLICACIÓN</b></p>	<p><b>ANÁLISIS</b></p>
---------------------------	------------------------

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 258</p> <p>Me gusta: 77</p> <p>Comentario: 5</p> <p>Compartido: 4</p> <p>Guardado: 1</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 615</p> <p>Reproducciones: 335</p> <p>Interacciones: 164</p> <p>Reacciones: 77</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 150</p> <p>Me gusta: 49</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 1</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 243</p> <p>Reproducciones: 85</p> <p>Interacciones: 35</p> <p>Reacciones: 15</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 168</p> <p>Me gusta: 40</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 1</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 120</p> <p>Reproducciones: 45</p> <p>Interacciones: 22</p> <p>Reacciones: 12</p>

	<p style="text-align: center;"><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 143</p> <p>Me gusta: 32</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 283</p> <p>Reproducciones: 117</p> <p>Interacciones: 48</p> <p>Reacciones: 21</p>
	<p style="text-align: center;"><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 240</p> <p>Me gusta: 67</p> <p>Comentario: 3</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 2</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 269</p> <p>Reproducciones: 109</p> <p>Interacciones: 489</p> <p>Reacciones: 22</p>

#### 4.5.2 Fase Activar

En esta fase, la estrategia se enfocó en abordar el objetivo específico 2, promover los productos de mujeres waorani, a través de dos eventos con llamado a la acción. En primer lugar, un GiveAway, en donde el premio consistió en los productos de mujeres waorani, más los de las marcas auspiciantes. Segundo, un Sorteo, en donde esta vez, se premió el comprar los productos de mujeres waorani, con una estadía de 4 días 3 noches en un Ecolodge situado en el área del Yasuní.

##### *Giveaway*

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 186</p> <p>Comentario: 413</p> <p>Guardado: 22</p>

*Sorteo*

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 145</p> <p>Comentario: 366</p> <p>Compartido: 41</p> <p>Guardado: 12</p>

## 4.6 Tácticas

### *Cuentas*

La campaña utilizó sus cuentas oficiales de Facebook e Instagram para la difusión del contenido.

### *Hashtags*

Se reforzó el potencial de alcance con el uso del hashtag propio #yoapoyomujereswao, apalancado por los siguientes principales con popularidad en referencia a mujeres waorani: #mujereswaorani #waoraniwomen #mujeresamazonicas

#resistenciawaorani #waoraniresistence Además, según el tipo de publicación se utilizaron los hashtags pertinentes.

### *Alianzas*

A través de las alianzas estratégicas mediante la gestión de RRPP, se logró alcanzar de manera directa al pública de interés.

### *Influencers*

Los mensajes en video por parte de influencers, personas reconocidas en la palestra pública, quienes invitaron a unirse a la campaña, le dieron un impulso fresco y dinámico a la misma.

### *Mención Especial*

La mención especial de Nemonte Nenquimo, a través de una publicación en su cuenta de Instagram, permitió aumentar considerablemente el número de seguidores, con sensibilidad por la causa social.

### *Participantes*

Los participantes de los sorteos se convirtieron en propagadores de la información, al involucrarse y participar activamente de los mismo, compartiendo con sus conocidos.

### *Ganadores*

Los ganadores de los sorteos, también fueron parte activa de esta fase, se involucraron de principio a fin en las actividades realizadas, constituyéndose en otra voz importante de difusión.

### *Entrevistados*

Las personas que colaboraron con nosotros en la realización de los eventos en vivo con formato entrevista, fueron otro importante medio de difusión y llegada al público objetivo.

#### 4.7 Presupuesto

<u>Descripción</u>	<u>Valor</u>
Diseño de logo	\$100.00
Anuncio en IG - Giveaway	\$30.00
Recolección productos Sorteos	\$30
<b>TOTAL</b>	\$180.00

#### 4.8 Logros Alcanzados

##### Charlas y Capacitaciones Digitales

En los WaoTalks, que fueron tres, hablamos de mujeres waorani, con mujeres que han estado estrechamente involucradas con ellas y su trabajo. Los temas de las entrevistas fueron:

1. Lo que admiro de Mujeres Waorani
2. El lugar más biodiverso custodiado por mujeres waorani
3. Mujeres Waorani en la Mitad del Mundo

<b>PUBLICACIÓN</b>	<b>ANÁLISIS</b>
--------------------	-----------------

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 241</p> <p>Me gusta: 40</p> <p>Comentario: 5</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 1</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 175</p> <p>Me gusta: 33</p> <p>Comentario: 5</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Reproducciones: 191</p> <p>Me gusta: 30</p> <p>Comentario: 5</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 0</p>

En Waolab, serie de tres eventos estilo webinar, hablamos con mujeres waorani y mujeres exponentes en el ámbito académico, inmersas en estudios alrededor de la Amazonía, acerca de sus perspectivas en cuanto a los siguientes temas:

1. Mitología y Cosmovisión Waorani
2. Género y Desarrollo en el pueblo Wao
3. Mujeres Waorani guardianas de la Amazonía

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS
	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Reproducciones: 276</p> <p>Alcance: 734</p> <p>Interacciones: 180</p> <p>Reacciones: 79</p>
	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Reproducciones: 869</p> <p>Alcance: 2400</p> <p>Interacciones: 1200</p> <p>Reacciones: 1021</p>
	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Reproducciones: 384</p> <p>Alcance: 695</p> <p>Interacciones: 305</p> <p>Reacciones: 203</p>

## 4.9 Indicadores de Gestión

### 4.9.1 Medios de Comunicación

MEDIO DE COMUNICACIÓN	DESCRIPCIÓN
 <p>The screenshot shows a digital news interface. At the top, it says 'PRIMICIAS' with a search icon and a menu icon. Below that are two hashtag buttons: '#amazonia' and '#emprendedores'. The main headline is 'Las mujeres waoranis quieren inspirar a otras emprendedoras'. Below the headline, it lists the author as 'Autor: Carolina Mella' and the update date as 'Actualizada: 6 Dic 2020 - 0:03'. There are social media icons for Twitter, Facebook, and WhatsApp, and a 'Suscribirse' (Subscribe) button. The main text begins with 'Los waoranis fueron la última nacionalidad indígena en contactarse con occidente. Esa decisión los llevó a separarse. Los pueblos'.</p>	<p>Tipo: Medio Digital</p> <p>Nombre: Primicias</p> <p>Fecha: 6 de diciembre de 2020</p>
 <p>The screenshot shows a newspaper article from 'Ecuador News' with the sub-header 'LONDRES'. The main headline is 'LAS AMBICIONES CLIMÁTICAS DE LOS LÍDERES MUNDIALES Y LOS ESFUERZOS COMUNITARIOS DE LAS MUJERES WAORANI' and the sub-headline is 'TODO CUENTA PARA SALVAR EL PLANETA'. The article includes a photo of a woman in traditional Waorani attire. Below the main text, there is a section titled 'NUESTRA AMAZONIA' and another titled 'EL LIBERADO VERDE'. At the bottom, there is a photo of a woman and a box of 'WAO' products. The article discusses climate change and the efforts of Waorani women.</p>	<p>Tipo: Periódico Físico y Digital</p> <p>Nombre: EcuadorNews</p> <p>Fecha: 9 de diciembre de 2020</p>

	<p>Tipo: Radio Digital</p> <p>Nombre: Voces en Cabina</p> <p>Fecha: 21 de noviembre de 2020</p>
	<p>Tipo: Radio Digital</p> <p>Nombre: Radio Activa PUCE</p> <p>Fecha: 30 de noviembre de 2020</p>
	<p>Tipo: Emisora de Radio</p> <p>Nombre: Radio Casa de la Cultura</p> <p>Fecha: 22 de noviembre de 2020</p>

 <p><b>La voz de la Confeniae</b> transmitió en vivo. 26 nov. a las 18:08 •</p> <p>Empezamos REMANDO, escúchanos en este momento! Hablaremos con Gabriela Garces, Mukutsahua Montahuano jóvenes estudiantes amazónicas que nos contarán s... Ver más</p> <p>29 9 comentarios • 12 veces compartido</p>	<p>Tipo: Radio Digital</p> <p>Nombre: Remando</p> <p>Fecha: 26 de noviembre de 2020</p>
 <p><b>Click</b> Noticias y entretenimiento</p> <p><b>YO APOYO LAS MUJERES WAO</b> Publicado por sandovalpress   Nov, 2020   ★★★★★</p> <p>YO APOYO LAS MUJERES WAO</p>	<p>Tipo: Medio Digital</p> <p>Nombre: Click</p> <p>Fecha: 20 de noviembre de 2020</p>
 <p><b>ONTV</b> 24 nov. a las 10:49 •</p> <p>En Mentes al Día junto a Karina Espinoza- CEO de Ontv y Conductora del programa, estará <b>La Majo Noboa</b> - María José Noboa - Directora de la Campaña "... Ver más</p> <p>25 NOVIEMBRE 20:00 EC / CO</p> <p>MARÍA JOSÉ NOBOA DIRECTORA DE CAMPAÑA WAO</p> <p>OMSHA CLANTRO CASA NUESTRA DESCUBRE YOU</p> <p><b>YO APOYO LAS MUJERES WAO</b></p> <p>J. GARLAND DESARROLLO ORGANIZACIONAL</p> <p>MENTES AL DÍA Karina Espinoza</p> <p>ONTV</p>	<p>Tipo: Medio Digita</p> <p>Nombre: OnTv</p> <p>Fecha: 25 de noviembre de 2020</p>

## CONCLUSIONES

Como conclusión se puede empezar por mencionar que la Comunicación, a través del desarrollo de esta campaña, se ha corroborado como aspecto de vital importancia para la sostenibilidad de proyectos como los que hemos podido abordar e impulsar.

La Comunicación para el Desarrollo, en este sentido, debe basarse en el servicio, buscar la inclusión, un desarrollo justo y equitativo, que permita crear oportunidades para las personas más vulnerables y excluidas.

Para la propuesta de una estrategia de Comunicación con este enfoque, es importante desarrollar la sensibilidad de escuchar al otro a través del diálogo, tomando en cuenta el contexto y las necesidades particulares.

Toso lo mencionado, se trata sobre una Comunicación que va más allá, profundiza en las problemáticas sociales, con la finalidad de contar una comprensión integral, que permita generar las estrategias adecuadas para el beneficio del grupo humano con el que se esté trabajando.

**REFERENCIAS**

- Green, N. (2012). *Asociación de Mujeres Waorani del Ecuador (AMWAE): voz y construcción de un sujeto político en la dinámica del Parque Nacional Yasuní*. Obtenido de Repositorio Flacso: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/9219/2/TFLACSO-2012NG.pdf>
- PNUD. (2017). *Asociacion de mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana*. Obtenido de Equator Initiative: [https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1490636773\\_SP.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1490636773_SP.pdf)
- Rivas, A., & Lara, R. (2001). *Conservación y petróleo en la Amazonía Ecuatoriana: un acercamiento al caso huaorani*. Obtenido de UNM: [https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=abya\\_yala](https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=abya_yala)
- UNDP. (2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la Eficacia de las Naciones Unidas*. Obtenido de UNDP: <file:///C:/Users/Asus/Downloads/c4d-effectiveness%2520of%2520UN-SP.pdf>