

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación para la prevención de la violencia psicológica en parejas jóvenes: “Pana date cuenta”

**Isabela Michelle Marín Merlyn
Allison Doménica Yánez Castillo
Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

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

Quito, 20 de mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

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

**Campaña de comunicación para la prevención de la violencia psicológica en parejas
jóvenes: Pana date cuenta**

**Isabela Michelle Marín Merlyn
Allison Doménica Yánez Castillo**

Nombre del profesor, título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 20 de mayo de 2021

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Isabela Michelle Marín Merlyn **Código:** 00202374

Cédula de Identidad: 1721328928

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Allison Doménica Yáñez Castillo **Código:** 00201555

Cédula de Identidad: 1720733961

Lugar y fecha: Quito, 20 de mayo 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UNPUBLISHED DOCUMENT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

Para Valentina.

Isabela Marín

Dedico esta tesis a mis padres y a mi hermano.

Allison Doménica Yánez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a toda mi familia por siempre creer en mí. Mis amigxs han sido un apoyo en todos los momentos difíciles, gracias por ayudarme a superarlos. Un especial agradecimiento a Jaime Costales, por enseñarme sobre la vida y su sentido. Mil gracias a Doménica por hacer realidad este hermoso proyecto, un honor trabajar junto a tí. Finalmente, a Benito Antonio Martínez Ocasio, por hacer estos tiempos más llevaderos.

Isabela Marín

Agradezco a mis padres y a mi hermano por su incondicional apoyo a lo largo de estos cuatro años. Gracias también a todos los profesores de la USFQ que han sido parte de nuestra formación, pero en especial a María José Enriquez por su paciencia y dedicación en su labor docente. Por último, agradezco a mis amigos por inyectar alegría a mi vida universitaria, especialmente a Isabela por ser una excelente amiga y compañera de trabajo desde el primer día.

Allison Doménica Yáñez

RESUMEN

La violencia psicológica es un tipo de abuso común en las parejas. Sin embargo, los enfoques comunes se dan hacia la violencia física y sexual. En esto, la violencia psicológica y sus efectos han sido invisibilizados; sin tomar en cuenta que esta puede empezar desde una temprana edad. Por este motivo es importante hacer frente a esta problemática desde la perspectiva de parejas jóvenes.

“Pana, date cuenta” es un trabajo que buscó prevenir esta clase de abusos en este grupo, en base al empoderamiento y no la intimidación. El objetivo final será que las nuevas generaciones sepan reconocer qué actos son aceptables y cuáles corresponden a violencia. La campaña se enfocó en redes sociales, utilizando la plataforma masiva de TikTok.

Palabras clave: violencia psicológica, violencia de género, violencia hacia la pareja, agresor, víctima, jóvenes, prevención.

ABSTRACT

Psychological violence is a common type of abuse in couples. However, approaches are most common towards physical and sexual violence. In this, psychological violence and its effects have been ignored; without taking into account that this can start from an early age. For this reason, it is important to deal with this problem from the perspective of young couples.

“Pana, date cuenta” sought to prevent this kind of abuse in this group, based on empowerment instead of intimidation. The ultimate goal was that the new generations know how to recognize which acts are acceptable and which correspond to violence. The campaign had its focus on social media, more specifically on TikTok.

Key words: psychological violence, gender violence, violence towards a partner, aggressor, victim, youth, prevention.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
TABLA DE CONTENIDO	9
INTRODUCCIÓN	12
DESARROLLO DEL TEMA	14
Violencia de género	14
Definición de violencia de género.	14
Alcance mundial, regional y local.	16
Factores de riesgo de la víctima y el agresor	18
Causas intangibles de la violencia de género.	19
Normalización de la violencia de género.	22
Tipos de violencia de género.	27
Violencia Psicológica	30
Clases de violencia psicológica.	30
Ciclo de la violencia psicológica.	35
Manifestación de violencia psicológica en la pareja.	39
Manifestación de la violencia psicológica en las parejas adolescentes.	43
Implicaciones de la violencia psicológica a nivel individual y comunitario.	45
Comunicación como instrumento de prevención de la violencia psicológica	50
Comunicación para el cambio social.	50
Comunicación y poder.	55
Empoderamiento femenino y juvenil a través de la comunicación.	58
Descripción de campañas existentes	61
Campaña #Escuchalo: frenemos el maltrato hacia la mujer a tiempo.	61
Campaña Violencia Disfrazada de Amor	62

	10
Campana #Cambiá el Trato	62
Pana date cuenta	64
Pertinencia de la campana	64
Investigación cualitativa	67
Método de investigación	67
Resultados	68
Violencia y sociedad	68
Redes sociales	69
Violencia de género	70
Estereotipos	72
Violencia psicológica	72
Características del público objetivo	74
Crianza	76
Comunicación con público objetivo	76
Tik Tok	78
Comunicación con círculo de apoyo	78
Relaciones de pareja	79
Víctimas	81
Agresores	82
Formas de confrontar la violencia	83
Formas de salir de una relación violenta	84
Diseño, planificación y ejecución de la campana	87
Nombre de la campana: Pana, date cuenta.	87
Concepto	87
Eje de comunicación	88
Colores	88

	11
Logotipo	89
Ejecución de la campaña	90
Informar	93
Empoderar	100
Crear conciencia social	103
Gestión de medios y Relaciones	106
Panas en medios	106
Panas en Relaciones Públicas	110
Logros no esperados	111
CONCLUSIONES	112
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116

INTRODUCCIÓN

El principal problema de ignorar la variedad de formas en que se puede presentar la violencia recae en que aquellas agresiones que no tienen efectos físicamente visibles no son tomadas en cuenta. De la Vega Ruiz (citado en Perela) indica que la violencia psíquica incluye ataque social destinado a romper lazos familiares y sociales; ataque a conexiones del pasado y un ataque a la identidad por medio de comentarios negativos realizados en intimidad y en público (1999). Esta clase de agresiones tienen por objetivo denigrar a la víctima y generar dependencia de su agresor.

Uno de los peligros de la violencia psicológica es que sus métodos suelen confundirse con actos de amor o protección, por lo que es necesario saber identificar qué acciones son agresión y no amor. Hablar sobre este tema y prevenirlo por medio de la comunicación es importante porque la violencia psicológica en la pareja tiende a desencadenar otros tipos de agresiones que pueden llevar a severas secuelas físicas y emocionales, o incluso la muerte. La mejor manera de atacar este problema es a través de la educación y la prevención.

Para iniciar este proceso de concientización, se ha elegido como público objetivo a los adolescentes de entre 13 a 18 años, ya que son ellos quienes están viviendo la experiencia de sus primeras relaciones amorosas. Berger señala que durante la adolescencia es cuando se exploran varios aspectos de la identidad propia como la orientación sexual y deciden dónde y cuándo empezar a ser sexualmente activos (2007). El proceso de búsqueda de identidad, si bien es un camino de autodescubrimiento también da lugar a cierta inestabilidad que hace a los adolescentes más susceptibles a manipulaciones y a ignorar los signos del maltrato.

La clase de comportamientos que engloba el maltrato psicológico son una violación de los Derechos Humanos. El Artículo 1 de la Declaración Universal de Derechos Humanos señala que: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros” (Asamblea General de la ONU, 1948). Por lo tanto, actos como gritos, humillaciones y comentarios negativos sobre el aspecto o características de una persona son sin dudas un atentado a su dignidad. En cuanto al Artículo 3, este menciona que: “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona”(Asamblea General de la ONU,

1948). Comportamientos dominantes como restringir la posibilidad de salir, reunirse con familiares o amigos son actos que limitan la libertad de una persona.

Por último, cabe mencionar el Artículo 19 que indica que: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas” (Asamblea General de la ONU, 1948). Una de las expresiones del maltrato psicológico es el control de lo que la víctima dice o hace, por lo que no tiene libertad de opinión ni de expresión. Además, el control de las redes sociales de la víctima y sus relaciones personales limita su acceso a información y le impide difundir el maltrato que está recibiendo.

Además, la violencia psicológica impide el desarrollo de las víctimas y de la comunidad alrededor de ellas. En específico, hace que el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 5 de la ONU: *Igualdad de género*, sea prácticamente imposible de alcanzar. Esto se debe no solo a los efectos personales de la violencia de género, sino a sus repercusiones en los niños, la sociedad y la economía. Socialmente, la violencia de género -de cualquier tipo- incapacita a la mujer como trabajadora y hace que no participe en otras actividades productivas y económicas (Organización Mundial de la Salud, 2017). Esto intensifica la inequidad de género en el ámbito laboral y económico, por lo que es imposible lograr igualdad.

Por otro lado, el ODS 5 plantea también metas específicas a lograr para alcanzar la igualdad de género. La meta 5. b. plantea “mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres” (Organización de las Naciones Unidas, 2020). El fin último de esta investigación es tener un alcance profundo en adolescentes que son potenciales víctimas de violencia psicológica por parte de sus parejas. De esta manera, se plantea la importancia del uso de redes sociales para la prevención de la violencia de género. Por medio de la comunicación, se llegará al público objetivo y se impedirá que sea violentado.

En adición, la comunicación es necesaria para la realización de la meta 5. c. “aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles” (Organización de las Naciones Unidas, 2020). Se logrará la visualización reiterada de la violencia de género en

parejas jóvenes. El objetivo de esto es hacer que sea imposible no tomar acción para su prevención.

En el presente trabajo se abordará en primera instancia la definición e implicaciones de la violencia de género. Teniendo estos conceptos en claro, se estudiará más específicamente la violencia psicológica, los comportamientos puntuales que corresponden a este tipo de abuso y sus efectos. Por último, el capítulo final trata sobre una aproximación desde el punto de vista de la comunicación para prevenir esta problemática en el público objetivo.

DESARROLLO DEL TEMA

1. Violencia de género

1.1. Definición de violencia de género.

La violencia constituye una problemática social que ha sido una constante en la historia de la humanidad, lo cual se puede evidenciar con eventos como: guerras, genocidios, esclavitud, conquistas y colonizaciones. Este problema se presenta de distintas maneras: en hechos fáciles de identificar, como los mencionados anteriormente, y en otros casos, ocurre de formas más sutiles y confusas. La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que la violencia es “el uso intencional de la fuerza física” y las posibles consecuencias de estas agresiones (s/f). El dilema con esta definición es que se ignora la variedad de formas en que se puede evidenciar la violencia y los grupos que pueden resultar afectados. Adicionalmente, es necesario tomar en cuenta que se puede concebir como: “un patrón de conducta constante de empleo de fuerza física o violencia psicológica, intimidación o persecución contra una persona” (Perela, 2010, p. 357). Esto quiere decir que, en adición a ser intencional, puede ser un comportamiento reiterado.

Ciertamente, una persona puede sufrir violencia por distintas razones que la coloquen en desventaja con su agresor. Tal es la realidad de las víctimas de violencia de género, quienes son agredidas física, psicológica y sexualmente con base en su género; siendo en su gran

mayoría mujeres . Si bien la violencia de género se relaciona directamente con el maltrato a la mujer por parte de un hombre; hoy en día, donde el tema de diversidades sexuales es hablado con más libertad, se puede determinar que los afectados de esta clase de violencia pueden ser variadas (Harris, 2000, p.779). Lamentablemente, los datos existentes no hacen justicia a la cantidad de hechos violentos basados en género que existen a nivel mundial. Las víctimas tienen miedo a denunciar o consideran que los ataques que sufrieron no son significativos: “1 de cada 10 mujeres agredidas ha presentado una denuncia. [...] Solo el 1% de los hombres que han violentado a su pareja reciben una sanción legal” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 69) .

No solo el género de la víctima influye en este tipo de agresiones. Existen más dimensiones en las que el género afecta al maltrato. Las cuatro dimensiones principales del género en la violencia son: “el género del agredido, el género del agresor, la relación entre agredido y agresor, y el hecho de si existe o no un aspecto sexual en el acto violento” (Walby y Towers, 2017, p. 13). Desde este punto de vista, el género en la violencia es más que la identificación que tenga una persona. El género en este caso hace visibles una serie de estructuras sociales y creencias estereotipadas sobre hombres y mujeres que llevan a que cierto acto de agresión se dé y sea considerado como violencia de género.

La intención de preservar estas estructuras claramente sexistas son un patrón en los casos de violencia de género. En estos crímenes se observa en muchas ocasiones una intención por parte del hombre de evitar perder su papel de dominante. Sin embargo, no solo la violencia a la mujer demuestra este tipo de propósitos. En los últimos años se ha dado mayor importancia al estudio de violencia de género hacia niños y hombres; donde se ha visto que más allá de centrarse en el género de la víctima, se da mayor énfasis a preservar estructuras sociales que se consideran normales. Un ejemplo puntual de esto son los actos criminales de los que fueron

víctimas niños y hombre refugiados de Darfur, Sudán. Durante la guerra en Darfur se han visto casos como: castigos a la homosexualidad, tachar a los hombres no casados como “desertores de hogar” y agredirlos basandose en esta etiqueta, violaciones, mutilaciones genitales, asesinato selectivo por sexo, entre otros (Ferrales et ál, 2016). Estos crímenes tienen por objetivo atacar a la masculinidad de la víctima para hacer que se sienta “menos hombre”, y por lo tanto menos valioso. Dentro de este tema también se evalúa el hecho de que los hombres no reportan los casos de violación por vergüenza o porque creen que no se les considera víctimas. Además en esta clase de sociedades se preserva la idea del hombre como “protector”, por lo que el objetivo de matarlos era generar la idea de desprotección en las mujeres.

En Ecuador, la violencia de género está agrupada con la violencia contra miembros de un núcleo familiar. La falta de especificidad producida al poner en conjunto estos dos términos denota la poca iniciativa del gobierno en cuanto a tipificar una política especial para estos casos. El artículo 155 del Código Orgánico Integral Penal ecuatoriano la define como: “toda acción que consista en maltrato, físico, psicológico o sexual ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar”. Los miembros de la familia pueden ser parejas, ex-parejas o parientes con hasta el segundo grado de consanguinidad (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 23). De esta manera, la violencia de género y la violencia entre miembros de una misma familia queda englobada en la misma definición para la ley ecuatoriana y están penadas de la misma manera.

1.2. Alcance mundial, regional y local.

Una vez analizada la definición de violencia de género, se puede entender la magnitud del impacto que demuestra el número de personas que son agredidas. Después de exponer las cifras mundiales sobre violencia de género, se observará las estadísticas en Latinoamérica y finalmente, en el Ecuador. Se comenzará con estadísticas sobre víctimas de esta clase de abuso,

luego se evidenciará datos de agresión por parte de la pareja para terminar con números sobre violencia psicológica. Todo esto con el fin de estudiar la huella que deja la violencia de género, la importancia de tomarla en cuenta y prevenirla.

En el mundo, un 35% de las mujeres han sufrido violencia por parte de una pareja o un tercero (OMS, 2017). De ellas, la mayoría fue violentada por su pareja: “casi un tercio (30%) de las mujeres que han tenido una relación de pareja refieren haber sufrido alguna forma de violencia física y/o sexual por parte de su pareja en algún momento de su vida” (OMS, 2017). Además de ser más frecuente que la violencia por parte de un extraño, la violencia perpetrada por la pareja tiene índices de fatalidad altos: “cada tres minutos muere una mujer en el mundo a manos de un hombre de su entorno; [...] cada dieciocho segundos una mujer es maltratada en el ámbito de su hogar” (Perela, 2010, p. 354).

En cuanto a la violencia psicológica infligida por la pareja: “entre el 20% y el 75% de las mujeres había experimentado, como mínimo, uno de [los actos que la definen]” (OMS, 2005, p. 10). La proporción mínima son 2 de cada 10 mujeres en países con un alto desarrollo económico. En adición, el porcentaje de comportamientos dominantes en la pareja fue de: “21% en Japón y casi un 90% en la República Unida de Tanzania” (OMS, 2005, p. 11). Estos comportamientos representan un gran número de mujeres que están en vías de convertirse en víctimas fatales. De esta manera, se ha demostrado que el maltrato psicológico por parte de la pareja es la más frecuente a nivel global y debe ser tomada en cuenta con urgencia. Además, se puede observar que los porcentajes varían entre países, pero siempre están presentes. Asimismo, en América Latina los resultados ratifican aquellos globales. De hecho, los porcentajes son casi los mismos, con un 36% de mujeres que son víctimas de violencia de género y un 30% que es víctima de este tipo de violencia por su pareja (OMS, 2013).

Por otro lado, en Ecuador el porcentaje de mujeres violentadas es casi el doble: “6 de cada 10 mujeres mayores de 15 años (60,6%) declaran haber vivido una o más formas de violencia de género –física, psicológica, sexual o patrimonial–por parte de cualquier persona conocida o extraña” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 32). Además, el porcentaje de víctimas de agresiones por parte de la pareja también supera al global y regional, siendo de 1 de cada 2 mujeres, el 49% (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014). Esto es casi un 20% más que el promedio mundial y latinoamericano. Adicionalmente, el porcentaje nacional de maltrato psicológico por parte de la pareja es del 43%, y es el más frecuente (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014). Por ende, en Ecuador las mujeres están en alto peligro de ser víctimas de violencia psicológica perpetrada por la pareja.

1.3. Factores de riesgo de la víctima y el agresor

Aunque la definición de violencia de género puede resultar un poco ambigua, es necesario hablar sobre las posibles razones que guían a una agresión hacia una persona o grupo de personas basado en su género. Las víctimas se encuentran de cierta manera en desventaja en comparación al agresor, es decir presentan cierto grado de vulnerabilidad. De hecho, todo ser humano tiene un cierto grado de vulnerabilidad que lo puede hacer propenso a ser agredido. Sin embargo, los hechos y las estadísticas han demostrado que existen grupos humanos que tienen mucho mayor riesgo que otros de ser víctimas de violencia. Factores como: “su edad, raza, sexo, condición económica, características físicas, circunstancia cultural o política” vuelve a ciertos grupos más propensos a que sus libertades sean limitadas (Perez, 2005). Es por esta razón que grupos minoritarios o grupos a los cuales las estructuras sociales los ha colocado como oprimidos sean las víctimas más comunes de violencia. La Organización Mundial de la Salud reporta que “ el 90% de las muertes por violencia ocurren en países de ingresos bajos y

medios” (2017). Estos datos evidencian que existen condiciones económicas y estructuras sociales que hacen que la violencia surja.

La violencia, ya sea ocasional o repetitiva, constituye una interacción donde existe un agresor y una víctima. Cada uno de estos actores tiene características particulares que hace que sean más propensos a estar en esos papeles. Primero, se comenzará por exponer los factores que podrían hacer de una mujer una potencial víctima de maltrato. Estos son la edad de la persona, que tiene mayor riesgo si está entre 15 a 19 años y “el nivel educativo de la mujer, su autonomía financiera, el historial de victimización anterior, el nivel de potenciación de su capacidad (empoderamiento), apoyo social, e historial de violencia en su familia” (OMS, 2005, p. 9). De esta manera, se observa que la mayoría de variables influyentes son inherentes a la mujer, excepto el empoderamiento y el apoyo social.

Por otro lado, también existen características de la pareja que podrían desencadenar una faceta abusiva en su propia personalidad. Las más notorias son: “el nivel de comunicación del hombre con su [pareja] [a menos comunicación, mayor propensión al maltrato], el consumo de alcohol y drogas, su situación laboral, si había presenciado actos de violencia entre sus padres cuando era niño y si era agresivo físicamente con otros hombres” (OMS, 2005, p. 9). Si bien estas características son inherentes a la pareja de la víctima, en su mayoría se trata de factores comunicacionales y afectivos con su entorno. En parejas homosexuales, los factores de riesgo son casi iguales. Estos son: la dificultad financiera, dependencia emocional, celos y consumo de alcohol (Bonnet, 2015).

1.4. Causas intangibles de la violencia de género.

Sin dudas, la violencia puede presentarse a diferentes niveles; ya sea entre grupos sociales o a nivel interpersonal. Si bien, las relaciones de poder en las situaciones antes

mencionadas parecen muy diferentes, ambos casos pueden presentar una estructura de dominio-sumisión. En los macroescenarios es sumamente fácil identificar esta división. Por ejemplo, los pueblos que han sido víctimas de conquistas por parte de las potencias; los conquistados son los sumisos y los conquistadores, los dominantes. De igual manera puede suceder a nivel de familia, pareja o incluso amigos. Zalles indica que las relaciones dominio-sumisión se componen de una persona autoritaria que “siente el deseo o la necesidad psicológica de imponerse sobre otras personas” y una persona insegura que trata de evitar el “intolerable sentimiento de aislamiento y separatividad”, que tienen una relación de “mutua dependencia” (2004, pp. 54-61). En esta clase de interacción, ambas personas satisfacen una necesidad, ya sea la de dominar o la de evitar la soledad. Se puede observar que la violencia de género está sujeta a este tipo de dinámicas de poder.

El fenómeno dominio-sumisión puede venir acompañado de agresiones físicas y psicológicas destinadas a ejercer autoridad. Hoy en día la presentación de este fenómeno a nivel de relaciones amorosas y la dependencia entre las partes es en ocasiones coloquialmente llamada “relaciones tóxicas”. El uso de este término en redes sociales ha sido tomado como una fuente de diversión y como algo que es normal. Sin embargo, la violencia, las huellas psicológicas de las actitudes coercitivas y la dificultad para romper la dependencia hace a estas relaciones dañinas y peligrosas; especialmente para el o la dominada. En términos más formales, cualquier clase de violencia que se da en relaciones, ya sean heterosexuales u homosexuales, es conocida como violencia de pareja.

Además de este tipo de relación, otra dinámica influyente son los roles de género. Estos son el papel que es aceptable para cada género -masculino o femenino-, ya que excluye a la población no-binaria- en la sociedad, acompañado de sus respectivas acciones: “los roles y atributos que cada cultura y momento histórico ha asignado tanto para los hombres como para

las mujeres, a partir de sus características biológicas” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 30).

Hoy en día, varias personas consideran erradicados los roles de género, pero: “todavía se espera que las mujeres sean pasivas y sumisas, y los signos de independencia y fuerza, como el deseo de elegir a su propio cónyuge, son castigados, a menudo con violencia” (Ryan, 2010, p. 29). De esta manera, el hecho de querer subvertir los roles de género causa un múltiple número de abusos. Esto se debe a que una mujer que no quiere complacer al hombre provoca miedo y le hace reflexionar sobre su propia vulnerabilidad (Ryan, 2010). Así, el abuso se justifica como una retorcida manera de autodefensa. Además de servir como justificativo para el perpetrador, los roles de género también cambian la percepción de la víctima. Esto se observa porque la segunda causa con la que las mujeres normalizan la violencia es el desobedecer a su pareja (OMS, 2005). De este modo, tanto el maltratador como la víctima amparan la violencia en el desafío de las normas sociales establecidas para cada género.

Dentro de estas normas, se encuentra la manera implícita en la que se es “masculino”. La masculinidad tiene diferentes tipos, pero se abordará únicamente el tipo de masculinidad hegemónica por su importancia para la violencia de género. Esta es la que predomina en cierta época en cada sociedad. Siempre está cambiando de acuerdo a lo que la sociedad considera aceptable y no aceptable. En la actualidad, si bien se tiene una mentalidad más abierta, se han logrado cambios mayormente teóricos. Esto quiere decir que no se es machista en ideología, pero las acciones hechas por la vasta mayoría de hombres demuestra lo contrario (Troya, 1995). Existen otros tipos de masculinidad que pueden ser considerados “resistencias”, pero la hegemónica los domina. Sin embargo, el mayor problema radica en el dominio de la mujer: “a través de la masculinidad hegemónica muchos hombres se benefician del control sobre las mujeres” (Troya, 1995, p. 82). Así, este tipo de masculinidad hace que los mismos hombres

sean reacios a cambiar. Sobre todo, hace que las mujeres no quieran desafiar al *status quo* y tengan más dificultad al encontrar aliados.

Además, la masculinidad hegemónica tiene incidencia en cómo se ve la sexualidad en una mujer o cómo debería manifestarse. De hecho, la sexualidad femenina es una parte más de la masculina en el imaginario social: “el honor de un varón está comprometido en el comportamiento sexual de ellas, no en el propio” (Troya, 1995, p. 84). Por eso, la mayor excusa para violentar a una mujer es una infidelidad por parte de ella. Más aún, es la primera causa de que las mujeres justifiquen actos abusivos en su contra (OMS, 2005).

1.5. Normalización de la violencia de género.

Como se ha descrito anteriormente, la violencia puede presentarse en distintas formas y entornos. Las redes sociales y los medios de comunicación no han sido la excepción al momento de ser escenarios de violencia. En esta clase de medios se presentan contenidos destinados al entretenimiento, que en muchas ocasiones incluyen escenas violentas o discursos denigrantes hacia un grupo de personas. Si bien en ciertos casos las personas autoras de esta clase de comportamientos son castigadas o reciben su merecido, en otras ocasiones se toma estas conductas como normales e incluso como bromas destinadas a causar risa. Dentro de esta normalización de la violencia se pueden observar dos actores: las grandes industrias productoras de entretenimiento; y gente común quien comparte su visión y comentarios sobre una situación por medio de redes sociales.

Los memes son en la actualidad una forma de comunicación sumamente importante para la cultura popular. Un meme se define como “una parte de la cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión en línea” (Davison, 2012, p. 122). Estos recursos visuales permiten a los usuarios de redes sociales expresar sus sentimientos y

opiniones acerca de una situación cotidiana, política o económica por medio de imágenes. A pesar de que los memes tienen un formato de difusión de mano a mano; tienen la capacidad de volverse virales, y el poder de influir en el comportamiento de los usuarios y reflejar una percepción de lo que es real o correcto (Shifman, 2014, p.18). Si bien una de las principales funciones de los memes es el entretenimiento, el principal problema de los mismos es qué temas se consideran divertidos.

Hablando específicamente de violencia de género y estereotipos, en un estudio sobre los memes que recibían mujeres en grupos de whatsapp se pudo evidenciar que aquellas imágenes referentes a humor sobre género eran bromas sexistas. Los estereotipos más comunes sobre mujeres hacían referencia a características como: chismosas, interesadas y sin deseo sexual. Por otro lado, los estereotipos sobre los hombres se centran en características como: poco expresivos, desconsiderados e insensibles (Doncel, 2016, p. 14). Es decir que el discurso del humor basado en género de los memes se centra en desvalorizar y estereotipar tanto a hombres como mujeres. Esto es importante, ya que indica que se puede disfrazar los discursos de género utilizando bromas: “dado que esta lógica implica un modo discursivo irónico y distanciador, puede resultar en blanquear el racismo y la misoginia al enmarcarlos como sólo una broma” (Milner, 2012, p. 350). Así, se normaliza cada vez más el machismo en la sociedad.

Otro problema que se encuentra en la cultura de los memes en internet es la manera en la que se representa a la mujer: “los discursos que dominan los memes influyen en cómo se representan grupos sociales específicos” (Milner, 2012, p. 142). Esto quiere decir que afectan en cómo vemos a ciertos grupos, normalmente minoritarios. La base del conflicto radica en quién crea estas lógicas: hombres blancos heterosexuales. Por eso, los memes tienden a responder a una terminología hecha específicamente para inferiorizar, como la palabra “perra”. Todo esto destinado a mantener la dominación masculina.

Además de los términos utilizados, este contenido retrata situaciones en las que se normaliza el abuso sexual, la violencia doméstica, y los roles de género. En cuanto al abuso doméstico, se puede ver imágenes que justifican al maltratador con roles de género y satirizan la expresión de terror de la víctima: “la reacción exagerada violenta es un ejemplo extremo del "humor" dirigido a las mujeres en algunos memes” (Milner, 2012, p. 192). Por otro lado, estas imágenes relegan a las mujeres a espacios domésticos y maternos. Sobre todo, apoyan la idea de que: “las mujeres son estúpidas, irracionales e inconsistentes” (Milner, 2012, p. 192). También se expone a las mujeres como objeto de deseo, pero: “por un lado están sexualizadas y por otro, son excluidas por esa sexualidad” (Milner, 2012, p. 194). De esta manera, las mujeres en la cultura popular de los memes solo encuentran espacios de inferiorización y se justifica el abuso en su contra.

Por su parte, las industrias productoras de entretenimiento en muchas ocasiones reproducen comportamientos agresivos, que en algunos casos el propio discurso del programa o contenido demuestran que son incorrectos; y en otros se los toma como normales. Si bien los memes con discursos violentos o discriminatorios siguen este mismo patrón, la gran diferencia entre los memes y los productos de las industrias es que estos últimos siempre tienen un alcance masivo. Esta clase de contenidos culturales cuentan con equipos de publicidad y marketing que tienen por objetivo hacer que sus productos sean conocidos y consumidos. Es decir, que una canción o una película puede ser tema de conversación tanto en medios BTL como ATL.

Debido a su gran alcance, la violencia en los medios puede tener efectos a largo plazo porque la audiencia tiene la capacidad de aprender de esta clase de comportamientos y fomentar creencias que apoyan la violencia y reducen las actitudes que se oponen a las agresiones (Anderson et al, 2003). Es decir que más allá de tener la posibilidad de fomentar comportamientos violentos, estos productos culturales también pueden incentivar una

desensibilización hacia esta clase de actitudes, pues al verlas como normales no se ve la necesidad de evitarlas. Dado el alcance que tienen esta clase de contenidos y el poder de influencia que tienen sobre su audiencia, los productores deberían poner más atención a transmitir los mensajes correctos. La variedad de formas en que presentan muestras de violencia en la pareja a nivel de productos culturales es amplia. Por este motivo es importante centrarse en aquellos discursos que resultan recurrentes y aquellos que influyen en mayor medida en las percepciones de la población en general.

Los productos de entretenimiento manejan siempre una trama o argumento central. En algunas ocasiones, este guión no está centrado en agresiones. Sin embargo, hay contenidos en los que se puede evidenciar diálogos o líneas de relleno que tienen el objetivo de hacer reír, pero en realidad resultan ser comentarios ofensivos o humillantes que pueden ser catalogados como violencia psicológica. Estos discursos tienen como base una comparación entre un ideal de estilo de vida, imagen corporal y apariencia, y todo aquello que se sale de la norma (Rodt, 2015, p. 1). Estas “bromas” en su mayoría están centradas en ataques a la mujer, aunque otros “chistes” comunes se centran en la humillación de hombres que no calzan en la idea de la masculinidad tradicional.

A lo largo de los años la publicidad, los programas de televisión y otras industrias productoras de entretenimiento han promovido una idea del “cuerpo ideal”. Esto ha conducido a que cientos de mujeres sientan la presión de comparar su apariencia con aquella idea de belleza promovida por los medios. Por si fuera poco, la influencia de las industrias ha hecho que existan personas que se sienten en la potestad de hacer comentarios sobre la apariencia de otras. El *body shaming* o avergonzar a alguien por su cuerpo es definido como una práctica a través de la cual se humilla a una persona al considerar que su vestimenta, peso, o cualquier aspecto referente a su apariencia no se ajusta al estándar cultural (Cassidy, 2019, pp. 158-159).

En varios programas de televisión, canciones y películas se evidencia como extraños e incluso la propia pareja hacen bromas sobre la apariencia de una persona. Un ejemplo puntual es el observado en la famosa serie de televisión “*Friends*”, donde los personajes principales hacen comentarios ofensivos recurrentes acerca del peso que solía tener una de sus amigas (Mónica); e incluso lo describen como un oscuro pasado (Baxter-Right, 2017).

En cuanto a temas de estilo de vida, también existen “normas” acerca de qué se considera correcto e incorrecto. Los argumentos utilizados en este contexto se basan principalmente en roles de género. Una clase de humillación que se encuentra dentro de este contexto es el *Slut shaming*. Esta práctica hace referencia a las críticas de las que son víctimas las mujeres por “la vida sexual que llevan o que se asume que llevan”, o por cualquier comportamiento que se salga de esta imagen de pureza que se espera que las mujeres mantengan (Karaian en Jane, 2014). En los medios se observa esta clase de comentarios negativos de manera explícita o implícita. Un patrón que se observa es retratar a la chica que tiene una vida sexual activa como la villana de la película, e incluso se la desvaloriza y se la toma como un objeto.

Si bien a nivel de producción de contenidos aptos para diversos públicos los actos de violencia son discursos que pueden confundirse con inocentes bromas, existen otros productos culturales que normalizan actos de violencia física. En esta categoría se puede encontrar a la pornografía, que está destinada a un público adulto. Aunque esta clase de material audiovisual se la considere como producciones de baja calidad y sin valor netamente destinado al entretenimiento, esta clase de contenidos son importantes al estudiar violencia de género. Pues pueden ser tomados como una fuente de información confiable sobre las relaciones sexuales.

Hoy en día, la pornografía cuenta con una combinación de actos sexuales agresivos y no agresivos. El poder de este tipo de contenido es sumamente grande pues en muchas ocasiones es concebido como una visión realista de cómo debe ser un acto sexual, lo cual influye en las actitudes de las personas que consumen esta clase de productos audiovisuales. Estudios sobre la pornografía indican que entre el 37 y el 88% de las escenas pornográficas incluyen algún tipo de agresión física principalmente hacia la mujer, agresión que la hacen ver como deseada (Lim y Hellard, 2016, p. 1). Este tipo de escenas normaliza las agresiones en las relaciones sexuales, y muestra el hablar de consentimiento como algo opcional.

1.6. Tipos de violencia de género.

La violencia de género es una clase de agresión que puede presentarse en distintos entornos y en variedad de formas, al igual que otras clases de violencia; pero con la diferencia de que esta puede mimetizarse con comportamientos protectores. Tomando en cuenta la variedad de factores que influyen en una agresión basada en género, es complicado guiarse por una sola clasificación. Los autores que han hablado de este tema han considerado unidades de clasificación como: autor del acto violento, influencias sociales y religiosas, objetivo de la agresión, tipo de agresión, entre otras. De acuerdo a estas clasificaciones, un acto de violencia de género puede contar con características de distintos tipos de violencia, ya que existen varios elementos que influyen en la consecución del acto agresivo.

En un acto violento siempre existe un agresor y una víctima. Una de las dimensiones más importantes del género en esta clase de agresiones es la relación que existe entre perpetrador y perjudicado. Desde este punto de vista, el perpetrador puede ser la pareja o expareja de la víctima, un miembro de su familia, un conocido o un completo extraño (Walby et al, 2017, p.52). La importancia de estas relaciones recae en la frecuencia en que la víctima y el perpetrador coinciden. Es decir que puede ser un indicador de la repetición de los actos

violentos. En las agresiones por parte de desconocidos es inusual una repetición por la falta de espacios de coincidencia. Por otro lado, en el caso de relaciones amorosas o familiares entre perpetrador y agredido los actos violentos suelen ser recurrentes.

La relación de confianza existente en las parejas y en familia hacen de las agresiones en estos entornos particularmente interesantes. Esta clase de ataques conocidos como violencia doméstica o de pareja incluye desde comportamientos evidentemente criminales hasta actitudes manipulativas para ejercer control sobre la víctima, incluyendo agresiones físicas, sexuales, psicológicas y verbales (Buzawa y Buzawa, 2003, p. 5). La posibilidad de confundir los actos de ataque con actos de amor, y la relación existente previa a la agresión hacen que en estos casos sea mucho más complicado romper el ciclo de violencia.

La consecución de la violencia, sin dudas, puede estar asociada a cuestiones sociales, tradiciones basadas en creencias religiosas y conflictos del entorno. El contexto es sumamente influyente en la exposición a la violencia que tiene una persona. En casos como conflictos armados, las mujeres suelen ser víctimas de: violaciones y acoso por parte de los soldados, desplazamiento que las conduce a vivir en condiciones precarias y limitación de sus libertades. Otro crimen que se considera dentro de esta clasificación es el tráfico de niñas y mujeres, quienes son vendidas por una persona de su entorno o son secuestradas para ser utilizadas como trabajadoras sexuales. En cuanto a violencia doméstica, se consideran agresiones como violaciones, asesinatos relacionados a problemas con dotes y a evitar divorcios, ataques con ácidos, castigos a mujeres y matrimonio infantil. Otras prácticas aquí consideradas son los abortos selectivos, las mutilaciones genitales, el incesto, entre otros (Coomaraswamy, 2005, pp. 4730-4732). En esta clase de violencia hay una serie de cuestiones ideológicas contra las cuales se debe luchar para lograr frenar estos crímenes disfrazados de tradición. Otro problema

con estos actos violentos es que son normalizados por el hecho de que vienen sucediendo hace ya varios años.

Otro punto de vista desde el cual se puede clasificar la violencia es la intención u objetivo de la misma. Por un lado, está la violencia instrumental donde la agresión está destinada a conseguir un objetivo diferente a causar daño a la víctima. Por el contrario, la violencia moral se centra en agredir a la víctima. Ambos tipos de agresiones tienen en común una deshumanización del afectado o afectada, pues se los considera menos que humanos y por lo tanto merecedores de violencia (Rai, Valdesolo y Graham, 2017, p. 8512). Tanto la violencia instrumental como moral puede tener fuertes efectos en la víctima.

En cuanto a las formas de agresión, la clasificación se basa en los recursos utilizados para causar daño a la víctima. En lo que respecta a la violencia física; esta hace referencia al uso de la fuerza física para agredir. Puede incluir desde un ataque con consecuencias físicas no letales hasta el asesinato. Por su parte, la violencia sexual; si bien incluye uso de la fuerza física, concierne cualquier contacto sexual no consentido; incluyendo la violación (Walby, S et al, 2017, pp.58-71). Estas agresiones al ser esencialmente físicas, dejan huellas visibles temporales. Sin embargo, también tienen consecuencias psicológicas menos fáciles de identificar pero mucho más duraderas. En lo que corresponde al abuso psicológico, este se presenta por medio de comportamientos destinados a “denigrar, controlar, manipular, aislar y amenazar a la pareja”. De esta manera, se plantea tener un control de la víctima afectando a su autoestima y limitando sus libertades (Pérez y Hernández, 2009). Sobre esta clase de maltrato es del que menos se habla por el hecho de que no deja evidencia visible.

2. Violencia Psicológica

2.1. Clases de violencia psicológica.

La violencia psicológica es una clase de abuso que en muchos casos requiere un proceso de reconocer que un acto es violento y no un acto de amor o protección. Esta confusión se da ya que no existe una definición precisa de lo que es la violencia psicológica y todos los comportamientos que esta abarca. Al hablar de esta clase de violencia se hace uso de términos como: maltrato psicológico, violencia emocional, violencia psíquica, etc. Aunque existen autores que hacen una distinción entre estos términos, en este caso se tomará en cuenta una definición que abarque todos aquellos comportamientos que representan un abuso que no incluyen ataques físicos o sexuales. Este tipo de agresión conlleva comportamientos no físicos que representan ataques a la autoestima de una persona, intentos de controlar a la víctima, agresiones verbales, humillaciones, aislamiento y otras actitudes que lo que buscan es causar un daño emocional (Almendros et al, 2009, p. 437). Este tipo de agresión puede darse en distintos entornos y tener consecuencias, que si bien no son visibles, pueden afectar profundamente a la víctima.

A pesar de que existe mucha ambigüedad en el término: *violencia psicológica*, las distintas formas en que puede presentarse esta clase de agresión ha dado lugar a diversas clasificaciones que dividen los comportamientos de acuerdo a sus objetivos, entornos y mecanismos. Muchas de estas clasificaciones responden a interacciones violentas entre distintos grupos humanos en entornos específicos. Por ejemplo, al hablar de violencia entre compañeros de escuela o colegio se utiliza el término *bullying*, y en caso de que el acoso sea por medio de redes sociales: *cyberbullying*. Por otro lado, la violencia psicológica en el ámbito laboral es conocida como: *mobbing*. Sin embargo, aquí se profundizará acerca de las maneras

en cómo la violencia psicológica se presenta en la pareja ; es decir en un entorno doméstico o de relación amorosa.

Si bien existe una clara distinción entre bullying, mobbing y violencia psicológica en la pareja, las descripciones de cada uno de los comportamientos que se incluyen dentro de los nombres mencionados no son claras. Kelly (citado en Almendros et al, 2009) señala que la imprecisión en las clasificaciones y definiciones de la violencia psicológica puede ser atribuida a la forma en que las víctimas viven esta clase de agresiones de forma íntima y personal. Es decir que la falta de socialización del abuso limita la cantidad de información a analizar, y por lo tanto que la literatura científica no pueda delimitar el concepto de violencia psicológica adecuadamente.

A pesar de estas limitaciones, existen autores que han publicado clasificaciones bastante minuciosas. Para el efecto de este trabajo se hará uso de la clasificación propuesta por Rodríguez-Carballeira et al. Estos autores plantean una clasificación que abarca temas de contexto y temas personales. Esta división contempla seis categorías: “aislamiento, control y manipulación de la información, control de la vida personal, abuso emocional, imposición del pensamiento propio e imposición de un rol servil” (Rodríguez-Carballeira et ál, 2009, p. 309). A continuación, se detallará las implicaciones puntuales de cada una de estas divisiones y los tipos de comportamientos que incluyen.

En primer lugar, se menciona el aislamiento; el cual incluye desconectar a la pareja de: “sus familiares, amigos y red de apoyo social, trabajo, estudios y aficiones; y un aislamiento en el hogar” (Rodríguez-Carballeira et al, 2009, p. 309). En un contexto general, el aislamiento es concebido como una “incomunicación o desamparo” (RAE, 2020). En el concepto aquí manejado hace referencia a todos aquellos comportamientos por parte del agresor que buscan

desconectar a la víctima de su familia, amigos y toda aquella actividad que se encuentre por fuera de su relación de pareja. Esta clase de comportamientos de control tiene como consecuencia que la víctima no se pueda comunicar con otras personas sin la supervisión de su agresor. Adicionalmente, le crea un profundo sentimiento de soledad. Esta soledad provoca que la víctima no reciba información de otros puntos de vista, no tenga acceso a ayuda, y por lo tanto se le dificulte identificar el carácter violento de su relación de pareja (Rivas et al, 2015, p. 86). Además, el agresor es para la víctima el único contacto que tiene con el mundo exterior.

La segunda categoría es el control y manipulación de la información, la cual incluye ocultar el abuso (Rodríguez-Carballeira et al, 2009, p. 309). Esta clase de agresión es, al igual que el aislamiento, otra forma de tratar de controlar a la víctima. La diferencia es que el aislamiento es un comportamiento que se manifiesta claramente, aunque la víctima no lo vea así; mientras que, la manipulación de la información constituye un acto donde el agresor oculta su comportamiento controlador (Blazquez-Alonso et al, 2012, p. 289). La manipulación tiene como objetivo lograr que la víctima se convenza de una idea. La efectividad de este tipo de comportamiento radica en la falta de información que tiene él o la afectada para frenar el control que se está ejerciendo sobre él o ella (Van Dijk, 2006). Es decir que el abusador viola el derecho de la víctima a su libre acceso a la información. Además, el agresor manipula los argumentos de la víctima en su contra. Este fenómeno conocido como *gaslighting* implica una manipulación mediante la cual el agresor le hace creer a la víctima que está loca, y que por lo tanto sus argumentos no tienen validez (Sweet, 2019).

En tercer lugar, se encuentra otra forma de control de la víctima pero enfocada más a su vida personal, incluyendo: temas económicos, hijos, actividades cotidianas y ocupación del tiempo, coacción sexual y control-debilitamiento del estado físico (Rodríguez-Carballeira et al, 2009, p. 309). En cuanto al tema de control de recursos económicos aquí se pueden dar dos

situaciones: el agresor deja sin dinero a su pareja que no cuenta con un empleo o el agresor trata de controlar los gastos de su pareja, aunque él o ella trabajen y ganen su propio sueldo . En la primera situación, el corte de ingresos es una forma que tiene el agresor de demostrar “quién tiene el poder”, pues la dependencia económica limita a la víctima (Perela, 2010, p. 367). En lo que concierne al control de sus actividades cotidianas incluye tanto las actividades offline como online de la víctima. En lo offline se incluye: salir de la casa, ir al trabajo, estudiar; en general tratar de controlar donde está en todo momento. Por su parte, el control en lo online incluye supervisar lo que publica en redes sociales, a qué tipo de información accede, qué personas son sus amigos, etc. (Guadix, 2018, p. 219).

Dentro de la división: “control de la víctima”, se incluye el término: coacción sexual. Hablar de este tema como violencia psicológica demuestra nuevamente lo difícil que es delimitar lo que abarca este tipo de agresión. Al hablar de coacción sexual se incluyen actos como: “uso de grados variables de fuerza, intimidación psicológica, extorsión y amenazas” (Organización Mundial de la Salud y Organización Panamericana de la Salud, 2013, p.2). Esta definición abarca tanto aspectos de violencia física (uso de fuerza) como de violencia psicológica (intimidación, extorsión y amenazas). Si bien se utiliza agresiones no físicas para convencer a la víctima de involucrarse en un acto sexual, no existe un consentimiento real y por lo tanto es una violación. Esto es lo que vuelve problemático el tomar la coacción sexual no física como violencia psicológica, y no como parte de la violencia sexual.

La siguiente división hace referencia a todos aquellos comportamientos que son destinados a abusar emocionalmente de la víctima, como: activación interesada de emociones positivas, intimidación o amenaza, desprecio, humillación o rechazo como persona; menosprecio de sus roles, manipulación del sentimiento de culpa y desconsideración hacia las emociones y propuestas del otro (Rodríguez-Carballeira et al, 2009, p. 309). Estos abusos

tienen como fin afectar el autoestima de la víctima, provocando en ella una necesidad de “evitar” desatar la ira de su pareja (Perela, 2010, p. 366). Es decir que algo característico de este tipo de interacciones violentas es la atribución de culpa a la víctima, por lo que ella toma la responsabilidad del acto violento. Hablando puntualmente de las humillaciones, estas son definidas como críticas personales destinadas a atacar el orgullo de una persona (García, 2014), pueden darse tanto en un entorno público como privado. En general, todas las acciones que representan un abuso emocional usan como táctica la descalificación de las habilidades, características, opiniones y emociones de la víctima.

Si bien es cierto que la invalidación de las opiniones de la víctima constituye un ataque a su autoestima, existen abusos mucho más invasivos como la imposición de un pensamiento. Dentro de esto se denigra el pensamiento crítico de la afectada, se plantea una redefinición de la realidad, y finalmente se impone el pensamiento del agresor, provocando que se idealice el vínculo de pareja (Rodríguez-Carballeira et al, 2009, p. 309). Este proceso de reevaluación de realidad puede ser considerado un “lavado de cerebro”, pues en cierta forma se “desecha” las creencias previas de la víctima para introducir un nuevo pensamiento. Esto provoca en ella un estado de ansiedad donde duda de la validez de sus ideas y de su cordura (Perela, 2010, p.366), volviéndola así más propensa a aceptar todo lo que se le diga. Este proceso puede estar aliado al aislamiento, descrito anteriormente, pues la falta de otros puntos de vista también provoca que se idealice las ideas planteadas por el agresor.

Para finalizar la descripción de ataques psicológicos centrados en el aspecto personal, cabe mencionar la imposición de un rol servil. En un contexto general, servil es definido como: “perteneciente o relativo a los siervos y criados” o “que de modo rastrero se somete totalmente a la autoridad de alguien” (RAE, 2020). Teniendo en cuenta datos mencionados anteriormente respecto a estadísticas sobre violencia y roles de género, es entendible que se mencione este

tipo de agresión como violencia psicológica. Pues implica una denigración de la mujer limitándola solo a funciones del hogar. Además esto refleja una relación dominio-sumisión donde el agresor espera que la víctima le sirva y le complazca.

Ciertamente queda mucho por investigar en el campo de violencia psicológica. Si bien la clasificación usada en este texto incluye gran variedad de comportamientos violentos, no se puede asumir que es integral pues no se puede descartar que existan otras formas de violentar la pareja. Adicionalmente, cabe mencionar que vivimos en un mundo que ha cambiado mucho sus dinámicas de interacción gracias a la tecnología; por lo que los espacios digitales también se han convertido en entornos de violencia. Por esta razón, dentro de esta descripción se han incluido ciertos comportamientos controladores que se dan por medio de redes sociales. En definitiva, la interacción humana no es estática, por lo que no se espera que las formas de violencia lo sean.

2.2. Ciclo de la violencia psicológica.

En la literatura científica al hablar acerca del ciclo de la violencia, se toma el abuso psicológico como parte de un proceso que desemboca en agresiones físicas y sexuales. Si bien pasar de agresiones psicológicas a agresiones físicas si evidencia un escalamiento, el tomar los abusos psicológicos como un paso más es deslegitimar la gravedad de estos actos. Por este motivo es necesario considerar el proceso que experimentan las víctimas de violencia psicológica exclusivamente. Como se explicó anteriormente, las investigaciones respecto a esta clase de agresiones son pocas por lo que se describe un ciclo que aplica tanto a la violencia psicológica como a la física y sexual.

Ciertamente, para hablar de violencia de pareja debe existir previamente una relación amorosa entre el agresor y la víctima. Por este motivo, la primera etapa descrita en este ciclo

es el cortejo (Vega Gonzáles, 2011, p. 86), donde la pareja empieza a conocerse. Esta fase previa a la relación amorosa se describe como una interacción donde existe un sujeto que propone una relación amorosa y otro que responde a esta propuesta. Cabe recalcar que ambas personas están en su derecho a decidir (Villalpando, 2012). Posteriormente, se da una formalización de la relación identificada en este ciclo como compromiso. El compromiso no significa que los sujetos están unidos bajo términos legales, sino que ya se consideran una pareja (Vega Gonzáles, 2011, p. 87). Estas dos primeras etapas, por las que pasan toda relación, son en general escenarios donde ambas personas se están conociendo y no muestran tan abiertamente todas sus características. Otro atributo importante del inicio de las relaciones de pareja es que predominan los sentimientos positivos y la satisfacción mutua.

En una relación violenta, después de las dos primeras etapas donde todo es bastante ameno, las cosas empiezan a cambiar. En esta tercera etapa las influencias del mundo externo comienzan a ejercer presión en la relación e inicia una fase de tensión (Vega Gonzáles, 2011, p. 87). Es en esta etapa donde varios autores consideran la violencia psicológica como una evidencia del aumento en la tensión y un previsor de la violencia física, lo cual puede ser el caso en muchas relaciones violentas. Sin embargo, al hablar específicamente de violencia psicológica cualquier acto que atente contra la autoestima de la víctima o cualquiera de sus libertades es considerado el incidente violento.

El primer hecho violento suele darse durante una discusión, y dado el ambiente tenso en que se dan las agresiones; el agresor atribuye su respuesta a la situación y no se hace responsable de sus actos (Vega Gonzáles, 2011, p. 88). En consecuencia, la víctima interioriza la idea de que fue un suceso de una sola vez y que no volverá a pasar. La temporada posterior a la agresión se caracteriza por la actitud amorosa del agresor con la víctima (Vega Gonzáles, 2011, p. 88), lo cual refuerza en ella la idea de que una agresión no volverá a suceder.

Si bien esta descripción se ajusta más a una agresión física, también puede ser aplicable a agresiones psicológicas en las que fácilmente se identifica su carácter violento como por ejemplo, los gritos. Por otro lado, la aparición de comportamientos ocultos, como la manipulación de información, aparecen con más sutilidad por lo que es difícil identificar una etapa específica donde aparecen.

En el caso de agresiones psicológicas que se manifiestan claramente, la “luna de miel” o etapa donde el agresor transforma su carácter a dulce y cariñoso se termina cuando surge una siguiente agresión. Previa a este segundo ataque, la tensión vuelve a subir y la “cercanía emocional (de la pareja) se deteriora” (Vega González, 2011, p. 88). Adicionalmente, la sorpresa ante la agresión es menor. Sin embargo, el agresor se disculpa y la víctima nuevamente cree en la promesa de que no volverá a suceder (Vega González, 2011, p. 88). Al igual, que después de la primera agresión surge un cambio de comportamiento en el agresor durante un tiempo, donde vuelve a ser tierno y amoroso. Finalmente, se establece un patrón: “tensión, explosión violenta, luna de miel” y repetición (Vega González, 2011, p. 89).

El modelo aquí descrito puede ser aplicable a muchos casos de violencia. Sin embargo, es imposible asumir que describe cómo se dan todos los ciclos de violencia. Otros estudios describen a profundidad aquellas subetapas que se dan dentro de las fases descritas anteriormente: tensión, explosión violenta y luna de miel. Las subcategorías que se describirán a continuación aplican a una situación donde ya se ha establecido el patrón mencionado anteriormente.

Previo al acto agresivo se da una etapa de tensión; donde se suele incluir a los actos de violencia psicológica. Esta etapa del ciclo de violencia puede dividirse en: “incertidumbre, detonante y actos de tensión” (Cuervo y Martínez, 2013, p. 85). En primer lugar, está la

incertidumbre, que contempla un sentimiento de inseguridad donde la víctima siente la responsabilidad de evitar desatar la ira de su agresor, para a su vez evitar el rompimiento de la relación (Cuervo y Martínez, 2013, p. 85). Es decir que la relación de dependencia emocional provoca en la víctima la necesidad de “cuidar” la relación, a pesar de que esta esté asociada a la violencia. Después de la incertidumbre, viene un detonante o “razón que provoca la violencia”, y finalmente los actos de tensión que también provocan dolor emocional (Cuervo y Martínez, 2013, p. 85). Estos tres pasos podrían ser considerados en sí un ejemplo de ciclo de violencia, ya que se centran principalmente en actos de violencia psicológica, verbal y económica. En este punto del ciclo de la violencia, el agresor puede usar técnicas de aislamiento y humillación, para así afectar el autoestima de la víctima. De esta manera, se encuentra más vulnerable y por lo tanto el agresor puede ejercer control sobre ella (Yugueros, 2015, p. 15) .

En la segunda fase, la explosión violenta, se pueden evidenciar dos componentes principales: el acto violento y el acto de defensa de la víctima. Por un lado, la violencia se presenta como aquella “lección impartida por el agresor” a la víctima (Cuervo y Martínez, 2013, p. 85-86). En una visión de este ciclo aplicada a los distintos tipos de violencia descritos en el capítulo anterior, se contemplan actos de agresión física leves como cachetadas. En cuanto a la defensa, esta es una fase que no se presenta siempre pues el temor provocado por el agresor en la víctima evita que ella reaccione o se defienda (Cuervo y Martínez, 2013, p. 86). Si bien en ciertas ocasiones la víctima sí reacciona, en otras se da un fenómeno conocido como “indefensión aprendida” que ocurre cuando la víctima está tan acostumbrada al maltrato y el agresor ha asumido tan fuertemente la idea de poder que ya no reacciona (Yugueros, 2015, p. 14).

Por último, la fase conocida como “luna de miel” implica una reconciliación, justificación del acto violento y la aceptación de las disculpas del agresor por parte de la víctima

(Cuervo y Martínez, 2013, p. 86). El hecho de que la víctima acepte las justificaciones del agresor hace que el ciclo continúe. Si bien muchas personas pueden considerar que romper el ciclo es cuestión de no aceptar las disculpas o terminar la relación, en realidad es mucho más complicado que eso. Como se ha descrito anteriormente, temas como la dependencia emocional y económica provocan la necesidad de continuar en una relación abusiva. Afortunadamente, existen casos donde el ciclo de la violencia se rompe. Esto sucede cuando la víctima logra darse cuenta de que las promesas de cambio del agresor nunca sucederán y genera conciencia del carácter violento de la relación (Cuervo y Martínez, 2013, p. 86). Otros factores a tomar en cuenta para romper el ciclo de la violencia son lograr dependencia económica y apreciar los puntos de vista aportados por su círculo cercano. Sin embargo, es difícil considerarlos debido al aislamiento.

En definitiva, cada una de las fases de un ciclo violento causan un desgaste emocional en la víctima, generando así otras consecuencias incluso en su salud. La importancia de conocer cómo se desarrolla una relación violenta está en poder reconocer las señales que indican qué tipo de actos son violentos. Además se puede prevenir a tiempo otras clases de actos agresivos como los físicos y sexuales. Idealmente, la víctima debería romper el ciclo de violencia antes de que los actos agresivos escalen. Sin embargo, es comprensible la dificultad de hacerlo.

2.3. Manifestación de violencia psicológica en la pareja.

Una vez revisados los conceptos técnicos sobre la violencia psicológica, se puede estudiar cómo se manifiesta en una relación de pareja. Para este fin, se analizaron casos concretos. Además, se estudió el contexto social en el que se produce la violencia psicológica de la pareja y su evolución a lo largo de los años. De esta manera, se podrá llegar a una respuesta sobre los factores dentro de la sociedad ecuatoriana que prevalecen a pesar de haber sufrido cambios históricos de diversa índole.

El primer aspecto que propulsa este tipo de abusos es la manera en la que se ha construido la sociedad. El anterior siglo, esta conformación: “respondía a las concepciones de género imperantes en la sociedad patriarcal, es decir, a los roles y atributos que cada cultura y momento histórico ha asignado tanto para los hombres como para las mujeres, a partir de sus diferencias biológicas” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, pp. 30-31). Esencialmente, el problema está en la distribución de poderes y funciones que se le da a cada género. Los hombres tenían en sus manos las finanzas de toda la familia, lo que incluía también a su esposa. Más aún, se creían responsables de las acciones de ellas y de mantener su dignidad. De esta manera, se usaba “la fuerza para asegurar la sujeción de las mujeres a los roles tradicionales de hija, esposa y ama de casa. De ahí que la violencia masculina se ejerza principalmente con las mujeres del núcleo familiar y con la pareja afectiva o íntima” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 31). El maltrato era un medio para un fin: controlar a la mujer. Se tiene información reducida sobre la cantidad de mujeres que sufrían de abusos psicológicos en ese entonces, pero se debe a la alta normalización de estos actos. Sin embargo, se logró recopilar información sobre violencia simbólica, que: “abarcaba desde el adulterio y prácticas sexuales fuera del matrimonio, hasta el abandono económico que las dejaba sin sustento y las colocaba en una situación de extrema vulnerabilidad” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 31). Esta clase de agresión es también abuso psicológico, como se demostró con la definición en el primer apartado de este capítulo.

Una noción común es que estas prácticas que facilitan la violencia han desaparecido hoy en día. No obstante, el reparto disparado de poderes continúa inmiscuido en la mentalidad de las personas: “ciertos roles y concepciones tradicionales de género siguen arraigados en el imaginario colectivo, aunque ahora aparezcan con un nuevo ropaje” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 32). Esto quiere decir que los aspectos sociales violentos solo han

sido disfrazados, mas no vencidos. Además, se ha demostrado que se ha introducido en las creencias de las mujeres. De esta forma, es normal observar que las mujeres dan prioridad a las necesidades de sus hijos y su familia aunque eso signifique renunciar a las suyas. Así, los hombres siguen teniendo el poder de utilizar cualquier medio a su disposición para dominar a la mujer. En adición, ella ha encontrado maneras de justificar la violencia.

Esto se debe a que, cuando la mujer siente que está cumpliendo con sus roles de madre y esposa obediente, siente que está sirviendo al propósito que le ha dado la sociedad. Por ende, se siente autorrealizada: “la felicidad femenina se construye sobre la base de la realización personal del cautiverio que, como expresión de feminidad, se asigna a cada mujer” (Lagarde, 2005, p. 36). Una mujer solo es considerada como tal cuando realiza su papel. Así, al definirse en base a lo que otros piensan de ella y le imponen, se pierde a sí misma: “han sido privadas de auto-nomía vital, de independencia para vivir, del gobierno sobre sí mismas, de la posibilidad de escoger y de la capacidad de decidir sobre los hechos fundamentales de sus vidas y del mundo” (Lagarde, 2005, p. 37). Al no tener identidad, el rol de “madresposa” le da una razón para vivir. Esta categoría es definida como: “un cautiverio construido en torno a dos definiciones esenciales, positivas, de las mujeres: su sexualidad procreadora, y su relación de dependencia de los otros por medio de la maternidad, la filialidad y la conyugalidad” (Lagarde, 2005, p. 38). Dentro de esta prisión, el esposo y su felicidad se vuelven el centro gravitacional para las mujeres.

El problema más grave con esto está en el hecho de que el hombre tiene todo el poder físico, sexual y psicológico sobre la mujer. Esto desemboca en que sienta que tiene el derecho, e incluso el deber, de controlar a la mujer con todos los medios necesarios: “quien ejerce el poder se arroga el derecho al castigo y a conculcar bienes materiales y simbólicos. Desde esa posición domina, enjuicia, sentencia y perdona” (Lagarde, 2005, p. 154). Aún más peligrosa es la balanza que usa para decidir sobre su esposa.

Con ella, vilifica o idealiza a la mujer: “son apreciadas desde las cualidades míticas de las dos Mariñas: la protectora y la violada. Cada mujer sintetiza ambos aspectos desglosados en los estereotipos, y los hombres se relacionan con las mujeres del mundo inmediato o con las desconocidas, pero todas propias, para acogerse a ellas, o para violentarlas” (Lagarde, 2005, p. 258). Esto quiere decir que se confiere a sí mismo la responsabilidad de protegerla o la justificación para abusar de ella. Muchas veces, el maltrato se excusa con la necesidad de proteger a la mujer de sí misma: de “protegerla” para que no transgreda las normas. Al ser completamente subjetivo el criterio con el que será puesta a prueba, el marido puede cambiarlo como se le plazca. De esta manera, su pareja debe estar en estado perpetuo de vigilia para mantenerse atenta a los cambios que podrían o no detonar violencia contra ella. Esto es, sencillamente, una prisión psicológica.

Otra dificultad a afrontar en cuanto al maltrato es la idea de que es un tema privado, que debe tratarse dentro del núcleo familiar. Antes de los años ochenta, no se lo tomaba como un atentado a los derechos de la mujer. De hecho, aún se puede escuchar el dicho popular: “marido es, derecho tiene”, dentro de muchos otros dichos machistas que incitan a la violencia. Esto da a entender que mientras más formal y longeva es la relación, más poder tiene el hombre sobre la mujer. A pesar de todas estas características negativas, se ha observado un cambio a partir de la década de los ochenta: “paulatinamente se puso en duda la noción de que se trata de un asunto privado y se fue asumiendo que la violencia de pareja es un problema social y un atentado a los derechos de las mujeres” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 39).

2.4. Manifestación de la violencia psicológica en las parejas adolescentes.

Se ha analizado este tipo de violencia en todas las parejas, sobre todo las casadas. En este apartado, se estudia cómo afecta a parejas de adolescentes y de jóvenes adultos. De esta manera, se observa las formas de este tipo de abuso más frecuentes, las razones por las cuales este grupo etario afirma haber violentado y la intención detrás de utilizar este tipo de agresión.

Para comenzar, se evidencian datos generales sobre los jóvenes y la violencia psicológica entre parejas. En un estudio realizado a chicos y chicas de entre 13 a 20 años, “haber sufrido, al menos una vez, situaciones de abuso psicológico se revela como el tipo de violencia con las tasas más altas” (Rodríguez, 2015, p. 266). En la información recabada, se midió el índice de violencia ejercida y el de violencia recibida. En ambos índices y ambos sexos, la violencia psicológica fue la que más presencia tuvo, con un 81% de hombres que la recibieron y un 87% de mujeres. Sin embargo, este pudo identificarse sólo a través de las conductas realizadas. Esto se debe a que la mayoría de jóvenes no consideraba sus acciones maltrato; únicamente un 18% lo hacía (Rodríguez, 2015, p. 266).

Otra investigación realizada por la UNAM a estudiantes en distintos colegios y universidades de México refuerza estas altas cifras y propone un porcentaje de reconocimiento de la violencia aún más bajo: 13%. Este estudio se especializó en evaluar solamente las tasas de violencia psicológica en parejas jóvenes. A pesar de la baja proporción de estudiantes que consideraron haber sido víctimas de este tipo de abuso, un 19% afirmó haber sentido miedo de su pareja. Además, un 36% aseguró haber sentido la necesidad de acabar con la relación, pero sentirse prisioneros de esta. Esto es especialmente nocivo porque “el sentirse atrapado en la relación está relacionado con las conductas de control, chantaje emocional y celos” (Ocampo-Alvarez et al., 2018, p. 32).

De esta manera, se evidenciaron las acciones de violencia psicológica más utilizadas por este grupo: el desapego y la coerción (Ocampo-Alvarez et al., 2018, pp. 30-31). Esto quiere decir que el no demostrar afecto y el tratar de hacer que una persona realice o no una acción son las formas más normales de abuso psicológico. La primera modalidad es más alta en mujeres, y la segunda en hombres, junto con el castigo emocional. Esta última conducta consiste en sancionar a alguien por haber tenido un comportamiento que no resulta “correcto” con acciones que le hacen daño emocional. En cuanto a acciones específicas de violencia psicológica, las más frecuentes en hombres y mujeres fueron: “decir algo para poner celoso/a a su pareja, decir algo a propósito para herir los sentimientos de la pareja, dañar algo que pertenecía a la pareja, y recordar algo del pasado a la pareja para hacerle daño” (Rodríguez, 2015, p. 266). Esto vuelve a los resultados aún más preocupantes porque demuestra que todas estas acciones contra la pareja fueron causadas deliberadamente, con la intención de herir a la otra persona.

No obstante, según los participantes, los motivos para tener estos comportamientos y actitudes con respecto a su pareja fueron distintos. Entre estos, están el hecho de estar

discutiendo, y estar celosos y celosas. Existe también una diferencia entre mujeres y hombres. Esto se debe a que las chicas podrían ejercer violencia como método de defensa propia. En contraste, el abuso por parte de chicos “tendría una finalidad más intimidatoria o de control” (Rodríguez, 2015, p. 256). Por otro lado, un 76% de las mujeres y un 69% de hombres jóvenes afirmó violentar a su pareja como un juego: “encontramos que algunos estudiantes señalan *“siempre es en broma y jugando, y haciendo el tonto”, “morder mientras besas y poner zancadilla en plan juego”, “como juego pero nunca nos mancamos”* o *“es jugando, nunca nos pegamos en serio”* (Rodríguez, 2015, p. 268). Con estos números, se demuestra además que ambos hombres y mujeres son perpetradores.

Se conoce a este hecho como “carácter bidireccional de la dinámica agresiva en parejas adolescentes” (Rodríguez, 2015, p. 255). En este carácter, se registra más frecuentemente la bidireccionalidad en parejas de adolescentes que en parejas de adultos jóvenes (Ocampo-Alvarez et al., 2018, p. 32). Esto da a entender que las mujeres adolescentes son más propensas a violentar a sus parejas. Sin embargo, la violencia en ambas direcciones puede ser una percepción completamente subjetiva: “puede haber un sesgo en la respuesta, donde las chicas tienden a minimizar la violencia recibida y exagerar la ejercida, al tiempo que los chicos exageran las agresiones recibidas y minimizan la violencia perpetrada” (Rodríguez, 2015, p. 255). Por ende, los resultados son inconclusos.

2.5. Implicaciones de la violencia psicológica a nivel individual y comunitario.

Ningún tipo de violencia queda sin consecuencias. Sin embargo, a lo largo de los años se ha ignorado e invisibilizado los efectos del maltrato psicológico. Este apartado busca hacerlos tangibles, con el fin de resaltar la importancia de la prevención. Además, se analizan los resultados en la propia mujer, su psique, y en su comunidad.

En primera instancia, la violencia psicológica provoca como primer efecto en la víctima un miedo o temor por la pareja (Vega Gonzáles, 2011, p. 90). Esto está asociado a la “responsabilidad” que siente la agredida de evitar que su atacante tome acciones violentas, y a la dinámica dominio-sumisión que rige la relación. Asociado al sentimiento de miedo, está la sensación de inferioridad que siente la víctima debido a su baja autoestima. Como se describió anteriormente, uno de los principales objetivos de los agresores es atacar el autoestima de las agredidas para así hacerlas más débiles y propensas a aceptar cualquier tipo de información proveniente del agresor. Esta afectación a la autoestima se ve reflejada en la “falta de confianza en sí misma y la creencia de que sus capacidades han sido dañadas” (Vega Gonzáles, 2011, p. 93). Incluso, existen ocasiones en que la víctima aún no acepta la responsabilidad que tiene el agresor, y se culpa de la calidad violenta de su relación.

En efecto, se produce una afectación emocional: “mediante síntomas como el llanto fácil, la incapacidad para disfrutar de la vida, la fatiga y los pensamientos suicidas” (OMS, 2005, P. 19). Más aún, el haber sido violentada por su pareja hace a las mujeres mucho más propensas a intentar quitarse la vida. En Ecuador, un 76% de víctimas reportan tristeza y depresión. El 56% afirma sentir miedo y angustia, así como trastornos alimenticios, problemas nerviosos e insomnio (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 67). Esto demuestra que más de un 50% de las mujeres que han sido vulneradas por su pareja han visto afectada su estabilidad emocional, lo que puede hacer que su salud física esté a la baja. Además, los resultados son contundentes en el mundo y en el Ecuador. Esto comprueba que no es un problema aislado.

Otra consecuencia con la que deben lidiar las afectadas de violencia psicológica es el síndrome de estrés post-traumático. Esta afectación es común en aquellas personas que han sufrido cualquier clase de evento que les ha causado un impacto negativo. Se presenta por

medio de “síntomas emocionales aislados hasta un cuadro psicótico” (Carvajal, 2002). Es decir que las agresiones psicológicas pueden representar para los afectados un episodio sumamente traumante. Otros efectos a nivel psicológico son: “pérdida de dignidad, seguridad y confianza en sí misma y en los demás, pérdida de la capacidad para controlar el medio, experimentación de impotencia y desesperación, baja autoestima, daños en el resto de las formaciones motivacionales complejas, depresión, aislamiento, enfermedades psicosomáticas, pérdida de grupos de pertenencia, y, por tanto, de su vida social y hasta familiar, pudiendo perder hasta el vínculo laboral” (Pérez y Hernández, 2009). Es decir que las víctimas de violencia psicológica sufren consecuencias tanto a nivel personal, como social y laboral.

Por otro lado, más allá de las consecuencias inmediatas y directamente relacionadas a las agresiones psicológicas, este tipo de abusos también conducen a los afectados a tomar acciones para lidiar con el dolor pero que afectan su bienestar físico. Se ha demostrado que los agredidos y agredidas pueden llegar a desarrollar una dependencia del consumo de drogas y alcohol. Además, las afecciones a nivel psicológico pueden repercutir en los estilos de vida de las afectadas, generando problemas como los cambios repentinos de peso (Aliaga et al, 2003). Por lo tanto, al momento de evaluar las consecuencias de un acto de agresión psicológica se debe tener en cuenta que existen efectos a nivel de la persona que incluyen tanto consecuencias físicas como psicológicas y sociales. Si bien no todas las consecuencias guardan una evidente relación con el acto agresivo, si están relacionadas a la forma en que el o la afectada lidian con los efectos de la violencia.

Más aún, el abuso psicológico influye la forma de pensar y el comportamiento futuro de las mujeres que lo han sufrido. Ellas pierden su autonomía, capacidad de tomar decisiones por sí solas, y aspiraciones; se auto-desvalorizan: “el 28% ha dejado de salir, el 24,6% ha dejado de ver a sus familiares y a sus amistades, el 24% ha dejado de realizar actividades que

le satisfacen, el 12,8% ha abandonado los estudios o ha dejado de trabajar fuera del hogar” (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014, p. 67). De esta manera, la violencia psicológica no solo causa problemas emocionales: imposibilita las oportunidades de crear una vida nueva o de volver a la que tenían antes.

Las consecuencias a nivel comunitario demuestran que esta falta de oportunidades afecta a la sociedad de manera negativa: “las mujeres pueden llegar a encontrarse aisladas e incapacitadas para trabajar, perder su sueldo, dejar de participar en actividades cotidianas” (OMS, 2017). Esto es un problema aún más grave de lo que parece, porque la incorporación de mujeres a la fuerza laboral ha tenido un impacto positivo en la economía mundial. Algunos beneficios de la inserción de mujeres al mercado de trabajo global son: “la reducción de la pobreza, la prosperidad compartida y, de modo general, para el desarrollo” (Muñoz et al., 2015, p. 39). El primer beneficio de estos, puede ser demostrado con los siguientes indicadores: “en Latinoamérica, donde la participación laboral femenina aumentó en un 7% entre 2000 y 2010, los ingresos femeninos fueron responsables de un 30% de la reducción de la pobreza extrema y un 28% de la reducción de la desigualdad en ese período” (Muñoz et al., 2015, p. 46). De esta forma, se puede constatar la utilidad económica de la integración femenina a la fuerza de trabajo. Sin embargo, la violencia psicológica tiene un alto riesgo de mermar esta productividad.

Esto se debe a que, si un tercio de mujeres son violentadas por su pareja y la mayoría de ellas es abusada psicológicamente, quiere decir que aproximadamente un tercio de la población mundial de mujeres se encuentra con rezagos del maltrato que la incapacitan para trabajar correcta y dignamente. El 49,6% del total de personas que habitan el mundo son mujeres (Banco Mundial, 2019): esto es casi la mitad. Un tercio de esto es el 16%, lo que significa que son violentadas por su pareja. Consecuentemente, este número de mujeres es

vulnerable a los efectos económicos del maltrato psicológico. Por ende, de cada 100 personas en el mundo, 16 están en riesgo de no trabajar ni aportar a la economía. En Ecuador, el porcentaje sobre el total de la población que es femenina es el 49,98% (Banco Mundial, 2019). El porcentaje de violencia psicológica a nivel nacional es del 49% (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2014), con este dato se puede estimar la cifra de mujeres que están en situación vulnerable al encontrarse con rezagos emocionales. Esto da el resultado del 24,5% de la población total ecuatoriana. Esto quiere decir que de 100 ecuatorianos, 24 tienen riesgo de encontrarse psicológicamente incapacitados para trabajar y aportar a la economía.

En adición, el 7,6% son mujeres de 25 a 29 años de edad; y el 7,5%, mujeres de 20 a 24 años y no se tienen datos de mujeres más jóvenes (Banco Mundial, 2019). Es decir que solo el número de mujeres jóvenes de 20 a 29 años, que serían aquellas en edad de estudiantes, son el 15,1% del total mundial. Por eso, es de suma importancia para la economía mundial apelar a este público. Es un 15% de mujeres que aún están a tiempo de detectar y prevenir el maltrato psicológico, que tiene el potencial de inhabilitar su capacidad de trabajo. En el Ecuador, un 8% son mujeres de 25 a 29 años de edad, y un 9%, mujeres de 20 a 24 (Banco Mundial, 2019). De esta manera, la población de mujeres en edad estudiantil es mayor que la mundial: 17%. Así, es aún más importante para la economía local prevenir el maltrato psicológico.

En otras palabras, los efectos de la violencia psicológica son multidimensionales pues afectan tanto a la víctima directa de violencia como a su entorno. Por este motivo, es indispensable reconocer la existencia de este tipo de abusos y el impacto que causan. Si bien es importante plantear formas de apoyar a las víctimas y ayudarles a aliviar su dolor, también se debe tomar en cuenta atacar este problema de raíz por medio de la prevención.

3. Comunicación como instrumento de prevención de la violencia psicológica

3.1. Comunicación para el cambio social.

La comunicación es una herramienta sumamente poderosa cuando se la usa de manera estratégica. Al utilizarla para el bienestar de la comunidad puede generar importantes cambios sociales y crear conciencia sobre situaciones que pueden estar afectando a una porción importante de la población. Para hablar de comunicación aplicada al cambio y el desarrollo social se deben tomar en cuenta los siguientes elementos: “enfoque en los beneficiarios, participación, estrategia, consideración de varios stakeholders, modelos sistemáticos, recopilación de datos y análisis, versatilidad multicanal y énfasis en resultados” (Servaes, 2007, p.22). En este trabajo se analizará cómo los elementos mencionados, más otros que pueden resultar útiles, deben ser aplicados para crear conciencia sobre la violencia psicológica en jóvenes parejas de entre 13 a 18 años.

En primer lugar, se debe tomar en cuenta el tema a tratar y la información que se quiere transmitir al público objetivo. Uno de los problemas más grandes al hablar de una situación no deseada es la falta de conocimiento o concientización sobre este tema. Esto es considerado como un elemento característico de la cultura de pobreza donde existen “actitudes de indiferencia, alienación y apatía, junto con falta de incentivos y de autorrespeto” (Dye y DiNitto, 1983, p. 80). Es decir que la transmisión de conocimiento debe ser uno de los principales recursos para marcar un antes y un después, y lograr que el público objetivo se sienta en el poder de cambiar su situación. Por lo tanto, en la campaña a desarrollar en este caso se debe transmitir a cabalidad las definiciones e implicaciones de la violencia psicológica para que de esta manera los jóvenes tengan en sus manos la información correcta sobre el tema.

Al hablar de cambio social, se pueden tomar en cuenta distintas técnicas para tratar de generar un efecto deseado en la sociedad. Un error sumamente grave que pueden cometer los

gestores de un plan de desarrollo o campaña social es no tomar en cuenta dentro de los procesos comunicativos a los públicos objetivos y su participación. Para generar una verdadera conciencia sobre un público en específico es necesario involucrarlo. Un plan de comunicación destinado al desarrollo y concientización de la sociedad debe proporcionar a los públicos objetivos el conocimiento necesario para que puedan generar debates públicos y privados, a través de los cuáles puedan reconocer qué es lo que necesitan cambiar para mejorar sus vidas (Servaes, 2007, pp.14-15). Es decir que una campaña social no debe forzar a su audiencia a tomar acciones. Por el contrario, debe fungir como una guía que le proporcione a las personas las herramientas necesarias para tomar conciencia sobre una situación o para cambiar su vida. En el caso puntual de esta campaña, se debe tomar en cuenta los intereses y medios de comunicación utilizados por los adolescentes. Uno de los objetivos de la campaña debe centrarse en que los jóvenes hablen sobre la violencia psicológica con sus compañeros, padres o maestros. Este diálogo debe ser una oportunidad para identificar situaciones que corresponden a un abuso psicológico y una forma de contrarrestar el aislamiento del que suelen ser víctimas las parejas maltratadas.

En este proceso se debe tomar en cuenta el tipo de discurso y herramientas a utilizar, el gestor de una campaña de comunicación debe elegir qué tipo de difusión usará: masiva o personal. Si bien la difusión masiva tendrá un mayor alcance, el poder de las interacciones personales radica en su nivel de influencia. El interactuar directamente con los públicos genera un efecto directo en el comportamiento social (Servaes, 2007, p. 20). Por lo tanto, para cumplir el objetivo de concientizar a los jóvenes sobre el maltrato psicológico es necesario más que una estrategia de redes sociales y charlas magistrales sobre el tema. Se deben gestionar formas de contacto directo ya sea por medios presenciales o virtuales. En resumen, los públicos objetivos no deben ser tan solo oyentes, sino actores de su propio cambio.

En cuanto a la clase de discurso, al ver campañas destinadas a prevenir o erradicar la violencia de género psicológica, se notaron diferentes aspectos. Uno de ellos fue que todas estas campañas están destinadas a causar miedo. Si bien su razón de ser es causar una emoción fuerte, se puede observar con las cifras crecientes de maltrato que estas campañas no han tenido la penetración esperada. Por eso, el enfoque positivo en una campaña de comunicación podría ser la característica que marque la diferencia.

Según Costales, doctor en psicología social, un aspecto bueno de la sociedad ecuatoriana se ha convertido en parte del problema. Este es la reactancia, que es la capacidad de reaccionar cuando uno se siente vulnerado, una cualidad necesaria para la supervivencia. Sin embargo, se necesita mucho más que esto para poder salir de la violencia y que la “capacidad reactante se transforme no solo en defensa de su libertad y derechos, sino que se haga creatividad, esperanza activa y soluciones eficaces para la problemática que lo aqueja” (2000, p. 11). Además, estas campañas -aunque sean políticas- basadas en el miedo, nos han dejado indiferentes: “como efecto postraumático de tanto y tan acelerados eventos estresores sociales hemos quedado “pasmados”, yertos, en medio de una casi virtual parálisis emocional” (Costales, 2000, p. 47). Por eso, es imperante que “nos sacudamos la apatía e indiferencia generalizadas o superemos el shock emocional colectivo” (Costales, 2000, p. 11). Otro de los problemas sociales causados por el miedo es el fatalismo, que es “la certeza de no poder controlar este supuesto destino maldito” (Costales, 2000, p. 47). Más campañas de comunicación enfocadas en generar empoderamiento en lugar de miedo son importantes por estas razones. De esta manera, se generaría resiliencia, se combatiría la apatía y se daría poder a las víctimas de maltrato para que tomen control de su destino.

Por otro lado, para que un mensaje tenga la fuerza necesaria para influenciar el comportamiento de la audiencia se debe tomar cuenta a los *stakeholders* que pueden intervenir

en este proceso comunicativo. Para empezar, los mensajes deben venir de una fuente que el *target* considere creíble. En este contexto, resulta imprescindible hablar del papel de los líderes de opinión, especialmente en tiempos donde estos personajes han pasado a tomar un papel sumamente importante en redes sociales. Los líderes de opinión son considerados “fuentes confiables de información que cuentan con las habilidades interpersonales para influir en el proceso de toma de decisión de las personas que los siguen” (Carpenter y Sherbino, 2010, p. 431). Por lo tanto, al momento de diseñar una campaña dirigida a adolescentes se debe identificar quienes son aquellas personas o empresas que ellos consideran confiables. El tener como aliados a esta clase de stakeholders puede hacer que el mensaje sea más influyente.

Otros públicos importantes en una campaña dirigida a jóvenes son sus padres y maestros. Al tomarlos en cuenta se hace una consideración holística del sistema donde se desarrolla el adolescente. A pesar de que se espera que los jóvenes tomen acciones dirigidas a su bienestar por iniciativa propia, los padres y maestros pueden constituir aliados importantes en este proceso. Si bien se conoce que los adolescentes suelen distanciarse de sus padres en esta etapa de su vida, los padres deben saber identificar los signos de maltrato psicológico que pueden estar sufriendo sus hijos para así poder ayudarlos. Este apoyo informado en el hogar debe replicarse en las aulas para que los maestros también puedan abogar por el bienestar de sus estudiantes.

Una acción que todo comunicador debe tomar antes de ejecutar una campaña de cualquier clase es la investigación. El investigar permite al gestor de la campaña conocer los antecedentes del problema a tratar, características del contexto, necesidades de la comunidad y preferencias del target (Toro, 2010, p. 175). El actuar sin investigar conduce a acciones que no toman en cuenta al público objetivo, incluso se puede invertir tiempo y recursos a una causa que no tiene relevancia en el entorno escogido. Por ende, las investigaciones previas al

desarrollo de una campaña social deben incluir fuentes académicas sobre el tema a tratar, estadísticas y datos de campo sobre el estado del problema y datos puntuales sobre el público objetivo. Los dos primeros puntos mencionados se han desarrollado en los dos capítulos anteriores. En cuanto a datos sobre el público, estos se analizarán en el desarrollo de este capítulo.

En cuanto a la versatilidad multicanal, los mensajes a transmitir deben conservar el mismo concepto rector pero aprovechar los recursos y beneficios de cada tipo de canal. Como se mencionó anteriormente, los mensajes pueden transmitirse de manera masiva e interpersonal. La interacción interpersonal tiene como ventajas el poder recibir feedback personal y a tiempo real de la persona con la que se interactúa. Por otro lado, hoy en día la tecnología y las redes sociales son herramientas que deben ser explotadas cuando se tiene por objetivo generar un cambio social. Lo digital se ha convertido en un espacio donde los usuarios son el centro del contenido, más no el medio. Las redes sociales permiten a los internautas generar su propio contenido y socializar con personas que tienen ideologías similares a las suyas (de Aguilera y Casero- Ripollés, 2018, pp. 4-5). En otras palabras, las redes sociales han revolucionado la forma de hacer comunicación. Por ello, al tener el objetivo de crear conciencia sobre un tema se debe plantear formas en que los jóvenes interactúen con el gestor de la campaña, expongan sus propios puntos de vista sobre el tema y contrasten esos aportes con la información proporcionada por los expertos.

En conclusión, todos los elementos que llevan a un cambio social por medio de una comunicación estratégica deben guardar concordancia y estar orientados a responder las necesidades del público objetivo. El fin de tomar en cuenta cada uno de los detalles mencionados es lograr el éxito de una campaña social y cumplir los objetivos planteados al inicio de la misma. En otras palabras, los procesos intermedios deben ser cuidados para así

lograr resultados satisfactorios donde se pueda demostrar una clara diferencia entre un antes y un después.

3.2. Comunicación y poder.

En este apartado, se analiza la manera en la que la comunicación influye en la creación y mantenimiento de distintos tipos de poder. Sobre todo, el enfoque se encuentra en el poder de las nuevas sociedades tecnológicas. En adición, se expone cómo se produce la creación de valores y la posibilidad de su transformación al usar como base los procesos comunicativos. Finalmente, se explica la manera en la que se mantiene el poder y cómo hacerlo en la actualidad.

Para Castells, existe “el poder de conectar en red”. Con este término, se refiere al acceso a la conectividad que se tiene o no. Además, afirma que “esta forma de poder opera por inclusión/exclusión” (Castells, 2009, p. 73). Esto quiere decir que solo el hecho de tener conexión al internet incluye o excluye a una persona de la sociedad. Subraya dentro de esto el rol de la sociedad, debido a que cada comunidad tiene el poder de constituir una red y filtrar a los individuos que serán parte de ella. Hacen esto ponderando a las personas que podrían añadir o quitar valor a cada red (Ibid). Normalmente, las mujeres han sido excluidas de diferentes redes de la sociedad y relegadas a otras. Esto se debe a que son individuos que amenazan los valores actuales de dominación. Ahí entra en juego la comunicación: “los protocolos de comunicación determinan las reglas que hay que aceptar cuando se está en la red” (Castells, 2009, p. 74). El poder en cada red es impuesto por estas reglas, que deben ser socializadas, normalizadas y aceptadas a través de la comunicación. Se puede observar cómo, utilizando la comunicación, se ha aceptado normas que excluyen a las mujeres de varias redes: los roles de género. Como se ha demostrado en los capítulos anteriores, estos roles de género son la causa principal de la violencia contra las mujeres.

En realidad, históricamente el poder ha tenido una construcción destructiva: “las formas contemporáneas de ejercicio del poder a través del monopolio de la violencia y mediante la construcción de significado con discursos disciplinarios” (Castells, 2009, p. 83). Así, se puede observar que la forma de dominación más común ha sido la violencia, operando a través de los discursos opresivos. El lenguaje y valores comunes de nuestra sociedad se basan en eso “la violencia y la amenaza de violencia siempre se combinan con la construcción de significado para producir y reproducir las relaciones de poder en todos los ámbitos de la vida social” (Castells, 2009, p. 536). Además, siguen perpetuando el ciclo de poder obtenido por violencia en las siguientes generaciones.

Sin embargo, mantener o cambiar el poder de manos, depende de “1) la capacidad de constituir redes y de programar/reprogramar las redes según los objetivos que se les asignen; y 2) la capacidad para conectar diferentes redes y asegurar su cooperación compartiendo objetivos y combinando recursos” (Castells, 2009, p. 74). El primero de estos requisitos demuestra que no solo se necesita crear una red, sino también moldearla a medida que cambian sus objetivos. La sociedad está en cambio constante, al igual que sus valores. En cada época, existen valores dominantes: “aquellos valores culturales que pueden caracterizar o tipificar una época” (Abellán, 2009, p. 26). En la actualidad, se está produciendo una tendencia a valores más liberales. De esta manera, las autoridades que controlan las redes deberán encontrar una manera de cambiar sus valores para que concuerden con los valores culturales de la época, aunque sea paulatinamente. Solo así podrán mantener el control sobre cada red específica.

La segunda condición para conservar el control sobre una red tiene un fin más cooperativo. En adición a lo antes dicho, una red debe conectarse con otras con el fin de compartir recursos y alcanzar los objetivos de todos los involucrados. Por ende, ninguna sociedad puede quedar rezagada o apegada a valores caducos. Necesita cambiar de modelos de

comunicación y de actuación para colaborar con otras. Esto significa que la misma naturaleza de las redes hace posible la erradicación de los roles de género, o su transformación en anti-valores no deseados. Así, se estaría más cerca a reestructurar una comunidad libre de violencia de género.

De hecho, se componen procesos de resistencia al poder (Castells, 2009). Más aún, una manera de resistir al poder “consiste en bloquear los puntos de conexión entre redes que permiten el control de éstas por los meta-programas de valores compartidos que expresan la dominación estructural” (Castells, 2009, p. 79). Esto quiere decir que el hecho de exponer los valores dominantes -y opresivos- de cada red ayuda a crear los antes mencionados meta-programas. A su vez, esta creación bloquea los valores dominantes y crea unos nuevos de acuerdo con la cultura actual de la red: “en la sociedad-red el poder está redefinido, pero no ha desaparecido” (Castells, 2009, p. 81). De esta forma, se invita a pensar al poder no como una entidad a ser destruida, sino como una que necesita ser revalorada y reestructurada para adaptarse y sobrevivir en cada red y cada momento determinado.

Dentro de esto, el internet es un factor clave: “la cultura está, por lo general, incorporada en los procesos de comunicación, especialmente en el hipertexto electrónico, siendo su núcleo las redes empresariales multimedia globales e Internet” (Castells, 2009, p. 77). De esta manera, la nueva tecnología es necesaria para inculcar valores o cambiar los ya existentes. Con esto, se podría crear valores de no-violencia y respeto desde el comienzo de la relación para la prevención de la violencia psicológica en parejas. La manera de imbricar este tipo de valores constructivos radica estrictamente en la comunicación: “el principal activo en la capacidad para programar cada red es el control de las redes de comunicación, y la capacidad para crear un proceso de comunicación y persuasión efectivo que favorezca los proyectos de los supuestos programadores” (Castells, 2009, p. 77). Además, se evidencia que la persuasión también es

importante. Sin ella, el control de la comunicación no sirve de mucho para implantar valores. Por eso, se deberá tomar en cuenta el método de persuasión utilizado.

Para llegar a la mente del público y lograr este propósito, es valiosa la ayuda de “programadores y enlaces”. Estos son: “aquellos actores y redes de actores que, gracias a su posición en la estructura social, ejercen el poder para crear redes, la forma suprema de poder en la sociedad red” (Castells, 2009, p. 78). Actualmente, estos grupos o individuos serían los que tienen más alcance y seguidores en las redes. Además de personas importantes y creadores de tendencias a nivel local con el público objetivo. Esto quiere decir que se debería llegar al público con gente que es importante para los jóvenes. Estas personas pueden ser alguien que admiran o compañeros que sean más familiares y cercanos para ellos.

3.3. Empoderamiento femenino y juvenil a través de la comunicación.

Cuando ya se ha estudiado la construcción del poder y el rol de la sociedad y la tecnología en esto, se puede analizar los aspectos para lograr empoderar y revalorizar al grupo objetivo, que son mujeres jóvenes. Este fin se puede lograr a través del cambio en el discurso facilitado por la comunicación.

Las diferentes narrativas que forman a la sociedad no solo son determinadas por el poder, sino que también determinan quién tiene el poder. Esto se debe a la capacidad de programación de las redes, que “depende en última instancia de la posibilidad de generar, difundir y poner en práctica los discursos que enmarcan la acción humana” (Castells, 2009, p. 85). De esta manera, quién controla los discursos, controla el poder. En esta misma línea, estas narrativas de poder se construyen por medio de “la capacidad para modelar las mentes construyendo significados a través de la creación de imágenes” (Castells, 2009, p. 261). Se puede observar que las imágenes mentales que el público crea cambian su percepción sobre su

realidad; le da un significado. Este produce una acción, de ahí la importancia de comunicarlo correctamente (Castells, 2009). Sin embargo, los discursos que se llevan comunicando por los medios y las mismas mujeres transmiten valores sociales que apoyan roles de género, que fomentan a su vez la violencia de género.

El rol que tienen los medios en influenciar el imaginario colectivo ha sido notorio a lo largo de los años. Inicialmente, se veían pocas mujeres en los medios de comunicación. Ahora, se supone que el hecho de mostrar a más mujeres hace que automáticamente cambien los discursos. No obstante, la realidad del asunto es diferente: “los medios de comunicación son simultáneamente reproductores y creadores de los modelos femeninos y masculinos, es decir de lo que social y culturalmente es considerado adecuado del ser mujer y del ser hombre” (Indera Consultoría de Género, 2009, p. 01). Si bien existe más representación femenina, esta sirve mayormente para impulsar roles de género. Además, en lugar de revolucionar a los medios de comunicación, el internet parece estar siguiendo las mismas lógicas: “el discurso en línea tiende a replicar patrones relacionados con el género que se habían observado previamente en la interacción hablada” (Kendall y Tannen, 2015, p. 653). En adición, los mismos usuarios continúan con las narrativas sociales impuestas.

Por esta razón, es importante analizar su construcción a través del lenguaje. De hecho, existe: “el papel del lenguaje en la creación y mantenimiento de la desigualdad social entre mujeres y hombres” (Kendall y Tannen, 2015, p. 640). El lenguaje ha sido utilizado con connotaciones negativas respecto a las mujeres. De este modo, esta sección se concentra en estudiar la manera en la que las mujeres han construido su manera de expresarse en base a estas connotaciones sociales. Se ha evidenciado que las mujeres utilizan diferentes expresiones para complacer a la comunidad a la que pertenecen: “no pueden ser a la vez buenas mujeres y buenas personas. Si hablan "el idioma de las mujeres", se las considera débiles e ineficaces, pero si no

lo hacen, se las considera poco femeninas y, por lo tanto, desagradables” (Kendall y Tannen, 2015, p. 640). Por ende, las mujeres deben mostrarse débiles para encajar.

En varios estudios llevados a cabo, se demostró las diferencias entre discursos entre hombres y mujeres. En uno de ellos, se juntó a diferentes grupos de niños y de niñas y se observó la manera en la que interactuaban. Se concluyó que desde una temprana edad “rituales conversacionales aprendidos por las niñas y mantenidos por las mujeres tienden a enfocarse en la dimensión de conexión, mientras que rituales aprendidos por los niños y mantenidos por los hombres tienden a enfocarse en la dimensión de estatus” (Kendall y Tannen, 2015, p. 643). De esta manera, los niños parecían luchar por el poder. Al contrario, las niñas parecían tratar de consolidar alianzas.

Dentro de las diferencias encontradas en las interacciones, se puede ver diversas en línea también. Una investigación realizada sobre el comportamiento en el lenguaje de mujeres en el internet realizó hallazgos importantes en lo que concierne a este tema. El lenguaje utilizado por mujeres es más rico en emoticones y tiene más puntuación. Esto se debe a que consideran que así le dan más énfasis y valencia emocional al hablar. Por otro lado, los hombres utilizan más palabras groseras y jerga. Normalmente, esto causa problemas en la comunicación entre hombres y mujeres (Kendall y Tannen, 2015, p. 653). Cuando dos mujeres se comunican entre sí, tratan de evitar los malentendidos lo más posible. Se observa esto cuando una mujer hace una exclamación muy entusiasta previa a una cita con su amiga, a pesar de que: “no extrañaba tanto a su amiga; simplemente sabía que debido a que se esperaban mayúsculas, signos de exclamación y repetición de letras y puntuación, omitirlos daría la impresión de falta de entusiasmo” (Kendall y Tannen, 2015, p. 654). Usualmente, la falta de confrontación no es un rasgo nocivo en la comunicación. Sin embargo, puede volverse dañino cuando en una relación, la mujer está constantemente tratando de evitar problemas. La manera en la que las

mujeres interactúan con sus discursos y prácticas podría hacer más difícil la prevención del maltrato. Para evitar la concepción de que se debe complacer a cualquier necesidad de la pareja, se necesitan discursos más empoderantes hacia la mujer y más empáticos hacia el hombre. Así, se podrá tener una sociedad más balanceada en términos de relacionarse.

3.4. Descripción de campañas existentes

Como se ha podido evidenciar, la violencia psicológica ha sido un tema poco discutido a nivel mundial. Sin embargo, existen campañas sociales que se han centrado específicamente en este tema o que al menos lo han incluido dentro de la violencia de género. A continuación se describirá el mensaje y recursos utilizados en estos proyectos para de esta manera rescatar aquellos elementos que pueden ser aplicables a una campaña dirigida a adolescentes.

3.4.1. Campaña #Escuchalo: frenemos el maltrato hacia la mujer a tiempo.

Esta campaña fue lanzada por la Fundación Estudios e Investigación de la Mujer (FEIM) y la agencia Tribal Worldwide Buenos Aires . Lanzada en 2016 en Argentina, tenía como concepto rector que la violencia psicológica es un predictor de la violencia física. En los *spots* manejados en esta campaña se observa a mujeres realizando actividades cotidianas. Como audio de fondo se escucha a sus parejas humillándolas o insultándolas. Esta campaña estaba dirigida a mujeres de distintas edades y estratos socioeconómicos. Un tema interesante sobre este proyecto es que los videos fueron difundidos por redes sociales, donde estos predeterminadamente se reproducen sin audio a menos que el usuario lo active. Es decir que sin audio los videos reflejan situaciones cotidianas y tranquilas, mientras que al escucharlos se notaba la violencia. Esto guarda concordancia con el mensaje principal: “Escuchalo” (FEIM, 2016).

3.4.2. Campaña Violencia Disfrazada de Amor

Este proyecto fue gestionado por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Gobierno Peruano, se enfoca más a parejas jóvenes adultas. En sus videos se maneja una dinámica donde el agresor presenta comportamientos de control hacia su pareja como pedirle fotos en todo momento, llamarla constantemente o revisarle el teléfono. Esta primera escena se desenfoca para dar paso a una aclaración de una fuente experta quien explica que esos comportamientos constituyen violencia. El objetivo principal de esta campaña era alertar a las mujeres sobre estas acciones para que así puedan cortar sus relaciones violentas a tiempo. Además, el nombre del proyecto toma en cuenta el hecho que muchas veces estos abusos son mostrados o defendidos como actos de amor, aunque no lo sean (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2019).

3.4.3. Campaña #Cambiá el Trato

Esta campaña fue parte del plan de responsabilidad social de Avon, específicamente de su división Fundación para la Mujer. Este proyecto, aunque se dirigía principalmente al público argentino, la calidad de sus contenidos logró que se viralice en redes sociales a nivel internacional. La particularidad de sus videos radica en que no son dirigidos a las agredidas, sino a los agresores. En estos spots se observa a dos hombres teniendo una conversación. La dinámica manejada se centra en que uno de ellos tiene actitudes machistas y el otro le hace caer en cuenta sobre sus acciones. Los temas abordados en estos videos son: el acoso callejero, violencia dentro del hogar y la violencia sexual digital. Al final de cada video ambos actores explican porque está mal el comportamiento machista tratado en el video y se incentiva a los espectadores a tomar acción: ya sea hablando con la persona que creen que tiene este tipo de actitudes o compartiendo el video. El concepto rector de esta campaña es que “la violencia que no mata, mata igual” ya que aunque los tipos de violencia mostrados en esta campaña no

provocan afecciones físicas, sí afectan a la calidad de vida de las vulneradas (Avon Fundación para la Mujer, 2018).

Hablando puntualmente sobre el video de violencia doméstica, este se centra en la conversación entre un padre y un hijo. Aquí el hijo busca que su padre se de cuenta que la forma en como trata a su madre es violencia. El hijo recalca que la supuesta manera de querer de su padre no es la adecuada.

Como se puede evidenciar, existen campañas sociales que ya han empezado a tratar el tema de la violencia psicológica aunque no la nombran como tal. Los mensajes utilizados en las campañas descritas son correctos. Sin embargo, toman en cuenta públicos muy amplios y los contenidos son escasos, dos de las campañas descritas cuentan con tan solo tres spots. Además cabe mencionar que ninguno de los proyectos considera como público objetivo a los adolescentes.

Por otro lado, hay varios puntos que pueden tomarse como referencia para la campaña de prevención de violencia psicológica dirigida a adolescentes. En primer lugar, la campaña de Avon: #Cambiá el Trato toma en cuenta dirigir sus mensajes también a los agresores. Como se describió en los capítulos anteriores, gran parte de los comportamientos machistas pueden ser atribuidos a la educación recibida por los agresores. Por este motivo, incluir dentro de una campaña un incentivo a desaprender conductas erróneas puede llevar también a la disminución de la violencia psicológica. En cuanto a la campaña del Gobierno de Perú, el aclarar que los comportamientos dominantes pueden ser confundidos con actos de amor es un mensaje clave a transmitir a los jóvenes, ya que al ser muy influenciables son vulnerables a aceptar la idea de que algo no es violencia y es simplemente una “forma diferente de amar”. Por último, la campaña #Escuchalo tiene como punto importante cómo la violencia psicológica se mezcla en

el día a día, por lo que es necesario tomar atención a estos maltratos y analizarlos como lo que son: violencia.

A lo largo de los años, se ha observado que la comunicación tiene una gran capacidad de reprogramación de redes de poder. En la época actual, esta capacidad viene dada por las personas influyentes en el público objetivo, con conexiones virtuales o reales. Para lograr un cambio a través de la comunicación, se debe plantear una estrategia en la que se cuide los elementos del proceso intermedio, prestando especial atención a las características específicas del público objetivo. Estas particularidades son clave para empoderar a las víctimas potenciales de maltrato psicológico. Se observó que los discursos tienden a hacer a la mujer complaciente y al hombre emocionalmente indiferente. Por eso, se debe propulsar un lenguaje que apoye la empatía y la comunicación correcta. Todos estos elementos más los que han resultado efectivos en las campañas descritas anteriormente pueden dar como resultado un producto comunicacional que concientice al público objetivo y genere recordación sobre los efectos de la violencia psicológica.

4. Pana date cuenta

4.1. Pertinencia de la campaña

Uno de los peligros de la violencia psicológica es que sus métodos suelen confundirse con actos de amor o protección, por lo que es necesario saber identificar qué acciones son agresión y no amor. Hablar sobre este tema y prevenirlo por medio de la comunicación es importante porque la violencia psicológica en la pareja tiende a desencadenar otros tipos de agresiones que pueden llevar a severas secuelas físicas y emocionales, o incluso la muerte. La mejor manera de atacar este problema es a través de la educación y la prevención.

Para iniciar este proceso de concientización, se ha elegido como público objetivo a los adolescentes de entre 13 a 18 años, ya que son ellos quienes están viviendo la experiencia de sus primeras relaciones amorosas. Berger señala que durante la adolescencia es cuando se exploran varios aspectos de la identidad propia como la orientación sexual y deciden dónde y cuándo empezar a ser sexualmente activos (2007). El proceso de búsqueda de identidad, si bien es un camino de autodescubrimiento también da lugar a cierta inestabilidad que hace a los adolescentes más susceptibles a manipulaciones y a ignorar los signos del maltrato.

La clase de comportamientos que engloba el maltrato psicológico son una violación de los Derechos Humanos. El Artículo 1 de la Declaración Universal de Derechos Humanos señala que: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros” (Asamblea General de la ONU, 1948). Por lo tanto, actos como gritos, humillaciones y comentarios negativos sobre el aspecto o características de una personas son sin dudas un atentado a su dignidad. En cuanto al Artículo 3, este menciona que: “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona”(Asamblea General de la ONU, 1948). Comportamientos dominantes como restringir la posibilidad de salir, reunirse con familiares o amigos son actos que limitan la libertad de una persona.

Por último, cabe mencionar el Artículo 19 que indica que: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas ”(Asamblea General de la ONU, 1948). Una de las expresiones del maltrato psicológico es el control de lo que la víctima dice o hace, por lo que no tiene libertad de opinión ni de expresión. Además, el control de las redes sociales de la víctima y sus

relaciones personales limita su acceso a información y le impide difundir el maltrato que está recibiendo.

Además, la violencia psicológica impide el desarrollo de las víctimas y de la comunidad alrededor de ellas. En específico, hace que el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 5 de la ONU: Igualdad de género, sea prácticamente imposible de alcanzar. Esto se debe no solo a los efectos personales de la violencia de género, sino a sus repercusiones en los niños, la sociedad y la economía. Socialmente, la violencia de género -de cualquier tipo- incapacita a la mujer como trabajadora y hace que no participe en otras actividades productivas y económicas (Organización Mundial de la Salud, 2017). Esto intensifica la inequidad de género en el ámbito laboral y económico, por lo que es imposible lograr igualdad.

Por otro lado, el ODS 5 plantea también metas específicas a lograr para alcanzar la igualdad de género. La meta 5. b. plantea “mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres” (Organización de las Naciones Unidas, 2020). El fin último de esta investigación es tener un alcance profundo en adolescentes que son potenciales víctimas de violencia psicológica por parte de sus parejas. De esta manera, se plantea la importancia del uso de redes sociales para la prevención de la violencia de género. Por medio de la comunicación, se llegará al público objetivo y se impedirá que sea violentado.

En adición, la comunicación es necesaria para la realización de la meta 5. c. “aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles” (Organización de las Naciones Unidas, 2020). Se logrará la visualización reiterada de la violencia de género en

parejas jóvenes. El objetivo de esto es hacer que sea imposible no tomar acción para su prevención.

En el presente apartado se abordará en primera instancia la definición e implicaciones de la violencia de género. Teniendo estos conceptos en claro, se estudiará más específicamente la violencia psicológica, los comportamientos puntuales que corresponden a este tipo de abuso y sus efectos. Por último, el capítulo final trata sobre una aproximación desde el punto de vista de la comunicación para prevenir esta problemática en el público objetivo.

En síntesis, se encontraron diversos problemas. El primero es que la violencia psicológica es desvalorizada, no se la toma tan en serio como a la violencia física o sexual. Además, no se tiene suficiente conocimiento de que la violencia de género puede ocurrir en parejas. El siguiente problema es que las campañas existentes sobre violencia de género se enfocan en los efectos y buscan crear miedo. Finalmente, los adolescentes son vulnerables a la violencia de género en la pareja, pero no se ha desarrollado campañas que tengan como objetivo prevenir la violencia en edades jóvenes. De esta manera, la causa social por la que aboga nuestra campaña es la vulnerabilidad de la población adolescente a la violencia de género psicológica en la pareja. Esta violencia tiene impactos a nivel personal, comunitario e incluso en la economía global.

4.2. Investigación cualitativa

4.2.1. Método de investigación

Para este apartado se utilizó un método de investigación cualitativa que incluyó entrevistas y focus groups. Se utilizó entrevistas por la profundidad que se puede obtener en las respuestas. Además, los focus groups fueron un medio para identificar tendencias. Las

entrevistas se realizaron a Graciela Ramírez y Liliana Jayo, psicólogas especialistas en violencia de género; Natalia Quiroz y Sofía Jiménez, psicólogas especialistas en jóvenes y adolescentes; y Erika Arteaga y Cheryl Martens, sociólogas.

El primer tipo de especialistas fue necesario para saber qué pasa en la mente del perpetrador y del abusado y cómo prevenir la violencia psicológica entre parejas. La segunda clasificación de especialistas fue escogida con el fin de entender al público objetivo y saber qué factores podrían ser de ayuda en la prevención. Finalmente, las entrevistas a sociólogas nos dieron una aproximación a los factores sociales que propician la violencia y las resistencias contra estos.

En cuanto a los *focus groups*, se efectuaron a 2 grupos de 3 adolescentes. El uno de ellos estaba compuesto por niñas de 12 años y el otro, por dos chicos de 18 y 17 años y una chica de 16. La finalidad de estudiar a estos grupos era saber con qué estrategia es mejor acercarse y su perspectiva sobre la violencia de género entre parejas ficticias y reales. En adición, se buscaba encontrar qué tipo de productos comunicacionales consumen.

4.2.2. Resultados

A continuación, se describirán los principales hallazgos de las entrevistas y *focus group* realizados. La información aquí dispuesta se encuentra clasificada de acuerdo a tendencias.

4.2.2.1. Violencia y sociedad

Si bien el tema principal de este trabajo es el estudio de la violencia psicológica en parejas jóvenes, es importante contextualizar la violencia en general para así determinar los principales factores que influyen en el caso de estudio. En este apartado se describe las

características de nuestra sociedad y cómo ellas dan lugar a la violencia. Los temas aquí descritos corresponden a una síntesis de los puntos de vista planteados por las sociólogas Erika Arteaga y Cheryl Martens.

Arteaga y Martens señalan que la violencia de toda clase es naturalizada a nivel social; ya que, es una realidad con la que se convive a diario. En este marco, Arteaga recalca que los actos de violencia que se evidencian hoy en día son demostraciones de tres clasificaciones macro de esta problemática: violencia capital, patriarcal y colonial. La violencia capital hace referencia a aquellas injusticias sociales cometidas por el sistema capitalista en busca de ampliar su patrimonio. Por otro lado, la violencia patriarcal es aquella que dicta todos los comportamientos que clasificamos como violencia de género. Por último, la violencia colonial es una perpetuación de los comportamientos racistas y clasistas. Es decir que los que se encuentran en el poder dentro de estas estructuras luchan por mantenerse en esa posición, sin importar las vidas que se lleven en el proceso. En otras palabras, la violencia se utiliza como un método de autopreservación, ya sea para conservar una posición de poder o para evitar ser percibido como débil. Lamentablemente, la violencia es un método de supervivencia que se contagia, pues no se enseña a responder a ataques desde la compasión.

4.2.2.2. *Redes sociales*

Al hablar del tema de la violencia, en la actualidad no se puede obviar tomar en cuenta espacios físicos tanto como digitales. Por este motivo, el estudiar el papel de las redes sociales resulta fundamental, especialmente por el público objetivo que se maneja en este trabajo. Estos medios de comunicación se han convertido en un lugar donde los internautas reflejan parte de su vida social, interactúan y por lo tanto también son víctimas o agresores.

Este apartado no se centra en satanizar a las redes sociales; sino en entender las interacciones que se dan en estos espacios.

La psicóloga de adolescentes Natalia Quiroz describe a las redes sociales como un medio que puede ser destructivo o constructivo dependiendo de la forma en la que sean utilizadas. Por otro lado, la psicóloga de género Graciela Ramírez ve a las redes sociales como un espacio de cuidado pues aquí no se encuentra la mejor información. Además, señala que en muchas ocasiones los jóvenes son muy influenciables y creen todo lo que ahí encuentran. Entre los principales riesgos que las expertas ven en las redes sociales están la banalización de comportamientos y memes que exacerbaban la virilidad.

Como otra perspectiva, la psicóloga de género Liliana Jayo indicó que su mayor preocupación frente a este tema es la falta de reflexión y el mundo apresurado que se vive en estas plataformas. Además, recalcó estereotipos sexistas en los que se da por hecho lo que es ser mujer, la masculinidad y feminidad hegemónicas son temas que tienen fuerza en estos espacios.

Otra preocupación que varias de las expertas expresaron es la exposición a contenido erótico, acoso y presión social que pueden experimentar los jóvenes usuarios de redes sociales. Frente a esta inquietud, se expresó que si un adulto no deja a su hijo andar solo por las calles, ¿por qué se lo deja andar solo por las redes? Esto demuestra que los padres deben mantener una comunicación cercana con sus hijos y guiarlos en su proceso de experimentar el mundo, ya sea en espacios físicos o digitales.

4.2.2.3. *Violencia de género*

Una vez observada la violencia dentro de la sociedad, se puede evidenciar la violencia de género. La psicóloga especializada en adolescentes considera que el tema es visto aún

como tabú, la gente aún piensa en la palabra “feminazi”. Sin embargo, le parece importante tomar en cuenta la interseccionalidad en cuanto a raza, clase y género, porque la violencia afecta de diferente manera dependiendo de esto. Además, ha notado que en los últimos años ha existido un alza en crímenes de este tipo.

La socióloga Erika Arteaga concuerda, y agrega que el machismo como forma de violencia se ha recrudecido, se ha vuelto más violento y ha encontrado maneras sutiles de manifestarse. Las altas tasas de femicidio hacen que sea un crimen de Estado que debe tomarse en cuenta. Para ella, este crimen ocurre porque se ve a la mujer como un no-sujeto. Por lo tanto, cuando el objeto demuestra cualidades personales o quiere irse, se debe actuar. Más aún, este proceso lleva a la deshumanización de la mujer. Históricamente, se ha tratado a la mujer como mercancía. Por eso, la única manera de cambiar la objetivación de la mujer es convertirla en sujeto a los ojos de la sociedad. La segunda profesional especialista en sociología concuerda y propone que “la violencia es una solución fácil para resolver problemas”, por eso la masculinidad y feminidad no ven necesario pararla.

De este modo, existen ciertos discursos que propician la violencia de género. Unos de estos son el discurso marianista y el pacto patriarcal. El primero se refiere a “la idea de entrega a cambio de nada, el amor pasional y eterno. La idea de que las mujeres son más morales que los hombres, son más comprensivas”, según la psicóloga especializada en género. Además está el pacto patriarcal, que es un pacto tácito entre los hombres de la sociedad para no ser femeninos y no defender a la mujer. Ambos conceptos tienen que ver con estereotipos marcados y perjudiciales.

4.2.2.4. *Estereotipos*

Los ideales a seguir dentro del marco normativo social que son la causa o perpetúan la violencia de género son: el amor romántico, la mujer ideal, y el hombre ideal. El amor romántico consiste en tratar de lograr la perfección. Para las expertas especializadas en violencia de género, es inalcanzable: “tienen ideas fantasiosas del amor, dependencia grande, constante, la idea de estar juntos, hablar todo el tiempo. Es una relación excesivamente cercana con poca percepción de conflictos y la atribución de culpa en cualquier situación”. La dependencia emocional hace más difícil la separación, y la atribución de culpa recae casi siempre en la mujer. Esto es nocivo porque las mujeres normalmente son las encargadas de mantener a flote la relación, cueste lo que les cueste: “a las chicas se les enseña complacencia, callarse y entregarlo todo para luego enseñarles que no es suficiente”.

Esto demuestra que aunque la persona lo dé todo, siempre se encontrará la manera de culparla y hacerle volver al ciclo de la violencia. A su vez, esto es impulsado por el estereotipo de mujer ideal, una mujer-objeto, indefensa, a la espera de su salvador. El estereotipo masculino es, por ende, el de fuerza y agresividad. De hecho, esto dificulta romper discursos violentos interiorizados porque no es aceptable que un hombre vaya a terapia. Estos estereotipos son reforzados por la educación y el mercado, que apela a ellos para vender cualquier producto. El producto final termina siendo la mujer, según Natalia, psicóloga especializada en adolescentes.

4.2.2.5. *Violencia psicológica*

Los factores y hechos que aquí se han descrito demuestran cómo las características de nuestra sociedad dan lugar a comportamientos violentos. Sin embargo, no existe un pleno reconocimiento de la gravedad de la violencia, especialmente con aquellas agresiones que no

tienen consecuencias visibles. Tal es el caso del tema central de esta tesis: la violencia psicológica.

Como se ha descrito en los capítulos introductorios, la falta de pruebas concretas dificulta el que se tome en serio este tipo de violencia. La psicóloga experta en violencia de género, Graciela Ramírez, confirmó esta cuestión al indicar que anteriormente en el COIP (Código Orgánico Integral Penal) la violencia psicológica era tomada como contravención, afortunadamente hoy en día es considerada un delito. No obstante, la dificultad para comprobar este tipo de agresiones y su asociación con las consecuencias entorpece los procesos legales. Por otra parte, en el tema de las agresiones psicológicas aún existe confusiones al distinguir entre lo inapropiado y el delito, y entre la broma y la violencia. Por lo cual es importante recalcar que la línea que marca la diferencia entre los conceptos mencionados son las consecuencias psíquicas.

Como se ha mencionado anteriormente, una de las principales preocupaciones frente al tema de las agresiones psicológicas es la dificultad que tienen algunos públicos para identificar comportamientos inadecuados. Por este motivo, en el grupo focal realizado con jóvenes de 16 a 18 años se planteó la pregunta: ¿Qué creen que es violencia psicológica? Los participantes mencionaron comportamientos como intentos de control, chantajes emocionales, invasión de la privacidad, amenazas, acoso y un doble discurso que plantea la idea: “lo hago por ti”. Las respuestas de los adolescentes demuestran que existe una mayor conciencia sobre lo que es la violencia psicológica y sus consecuencias. Se puede afirmar esto ya que los participantes incluso compartieron anécdotas sobre compañeros que estaban lidiando con los efectos de haber estado en una relación poco sana. Además, mencionaron que este tipo de agresiones psicológicas también se dan en las relaciones de amigos.

Sin embargo, en el grupo focal de niñas de 12 años la línea seguía siendo difusa. Por un lado, cuando se les preguntó sobre el chico que les gustaría como novio, la respuesta fue: “que sea amable, chistoso, que respete, no me haga sentir culpa, respete mis decisiones, educado, que no sea acaparador ni desconfiado”. Esto demuestra la identificación de comportamientos nocivos. Sin embargo, al preguntarles por qué el chico de una película les gusta: “no me gusta que tiene problemas de ira, pero me gusta que le promete ser mejor y le confiesa su amor frente a todos”; “se aman entre sí e intentan que funcione a pesar de sus diferencias”. Estas respuestas dan a entender que el discurso del cambio y del amor romántico idealizado están presentes.

4.2.2.6. *Características del público objetivo*

Ciertamente, uno de los principales retos de este proyecto es llegar a su público objetivo, los adolescentes. Por este motivo, es necesario conocer todas aquellas particularidades de este grupo etario. Para lograr este objetivo se consultó con las psicólogas expertas en el tema y se habló directamente con el *target*. Entre los principales temas que se describirán están las características psicológicas de los adolescentes, sus principales intereses, la influencia de su crianza y las formas de apelar a este público.

Al hablar sobre este tema, la psicóloga Sofía Jimenez expresa que la adolescencia no es tema de edad. Jimenez comenta que existen adultos que aún están pasando por procesos de adolescencia, por lo que determina que se debe evaluar este público objetivo por las experiencias que están viviendo más que por el tema de edad. Los principales procesos por los que pasa un adolescente a nivel psicológico es el encontrar su individualidad, formar su ego y testear sus límites. Liliana Jayo, psicóloga experta en género, agregó que por estos

motivos durante la adolescencia se evidencian travesuras, el romper las reglas y el hacer cosas peligrosas.

Dentro de este marco, cabe mencionar que los cambios experimentados por los adolescentes y el hecho de que su ego siga en formación los hace más influenciados. Esto provoca que tengan como modelo de referencia a influencers, cantantes y otra clase de artistas. Otro factor a tomar en cuenta sobre el público objetivo es que tener una autoestima baja es un factor de riesgo, pues los puede convertir en potenciales víctimas de violencia psicológica.

Dejando por un momento de lado las descripciones proporcionadas por las profesionales, se tomó en cuenta las opiniones del público objetivo para conocer más sobre sus gustos y especialmente sobre el contenido que consumen. Los adolescentes entrevistados reflejaron una variedad de gustos; demostrando así que no se les puede encasillar en base a esto. El primer grupo focal, donde participaron chicas de 12 años, indicó que ven series y películas en Netflix, y no en televisión. Los títulos que se mencionaron en la conversación fueron “Avatar”, “Stranger things” y “Riverdale”. En cuanto a música, las plataformas por las que acceden a estos contenidos son Youtube y Spotify. Los artistas mencionados fueron Ariana Grande, Bad Bunny, Conan Grey y Karol G. Estas respuestas reflejan una variedad de géneros musicales que agradan al público objetivo. Por otro lado, sus principales medios de entretenimiento incluyen actividades online como el juego en línea Roblox, y offline como leer, deportes y ballet.

En contraste los jóvenes de 16 a 18 años mostraron otro tipo de intereses pero mantienen el uso de plataformas como Netflix, Youtube y Spotify. Este grupo expresó que un tema que les causa mucho impacto es todo aquello relacionado a la crisis sanitaria del

COVID-19. Por otro lado, en el tema de la música indicaron que existía un gusto variado que se podía reflejar en sus playlists. Indicaron que encuentran música por medio de TikTok, amigos, películas y videojuegos . En cuanto a contenidos como series y películas se habló de documentales, comedia, terror, humor negro, acción y series con las que pueden identificarse.

Un tema interesante que surgió en esta conversación fue la asociación y contraste que los participantes realizaban entre sus vidas y la trama de las series que ven. Por último, se habló de las comedias románticas y sus características. Frente a este tema surgió una amplia discusión que tuvo como conclusión que este tipo de producciones se ven fingidas e idealizadas y que además reflejan la vida de las mujeres como “pésima” cuando se encuentran sin pareja.

4.2.2.7. *Crianza*

En esta descripción del público objetivo también se ha tomado en cuenta aquellos factores que influyen en su forma de ser. En este caso se da especial interés al influjo de la crianza en las actitudes de los adolescentes. Las psicólogas Sofia Jimenez y Graciela Ramirez hablaron de cómo el vivir violencia en la familia y las malas dinámicas en los padres son comportamientos a los cuales los hijos se acostumbran y por lo tanto los naturalizan. Lo más peligroso de tomar esa actitud ante la violencia está en que existe una alta probabilidad de que los chicos repliquen estos comportamientos en sus relaciones. Es decir que el problema de la violencia psicológica es algo que se puede prevenir desde casa con el ejemplo.

4.2.2.8. *Comunicación con público objetivo*

Se ha revisado las características de los adolescentes y los aspectos de su crianza que los marcan, se analizará ahora la forma correcta de comunicación para llegar a ellos. Sofía afirma que es necesario un vínculo profundo que cause una expresión que “toca una fibra

sensible”. Además, manejar la comunicación desde un ángulo sano para desactivar comportamientos nocivos con empatía. Las bases a promover deben ser el respeto, la reflexividad y el amor propio. Liliana también opina que el lenguaje debe ser familiar y debe haber una percepción positiva de los adolescentes. En cuanto a estrategias prácticas, apela a tomar en cuenta la virtualidad y tratar de generar conexión a través de artistas, música y videos que les interesen. De la misma manera, según Graciela las personas que más influyen a los chicos son estos anteriores, con la adición de los influencers.

Los padres deben escuchar, permitir hablar a sus hijos y evitar cerrarse, porque se producirá el efecto opuesto, según Sofía. Por otro lado, Graciela considera que debe quedar claro los límites y reglas, para interiorizar lo que se puede hacer y lo que no. Dentro de esto, ha establecido un sistema de “semáforos” con sus pacientes. El verde quiere decir que se puede proceder con la acción, que resulta placentera o no tiene importancia. El amarillo, que hay que tener cuidado porque puede incomodar. El rojo, que hay que parar porque es incómodo o resulta en una emoción negativa.

Sobre sus relaciones de pareja, se debe infundir el deseo de conocer a su pareja profundamente y “transmitir las dinámicas del amor”. Estas consisten en dos fases: la del amor romántico, en la que se ve solo lo mejor de esa persona; y la del conocimiento profundo, en la que aparece la sombra con aspectos no tan deseables. En esta fase, se debe definir lo que se quiere y lo que no. Por encima de todo, Sofía considera necesario el autoconocimiento para saber hasta donde se está dispuesto a llegar. Similarmente, Graciela plantea que uno debe “hacerse caso”. Piensa que hay un problema cuando el cuidar al otro, se vuelve en controlar al otro. Para resolver esto, se debe hacer una detección temprana para saber lo que está incorrecto. Por ejemplo, comportamientos incorrectos serían suponer que su pareja no puede cuidar de sí mismo o invadir su privacidad.

4.2.2.9. *Tik Tok*

El uso de la red social Tik Tok fue fuertemente apoyado por las cuatro psicólogas y las dos sociólogas. Para Sofía, los jóvenes ahora enfocan su atención hacia esta red. Por eso, se debería utilizar para estimular la creatividad de los adolescentes y crear contenido interactivo. Propuso el uso de arquetipos sanos en los videos para crear una conexión profunda. Dentro de los arquetipos más fuertes, están los arcanos. Estos son los de la madre, el padre y el héroe. La meta sería conseguir que los adolescentes empaticen con el héroe.

En los grupos focales realizados, el de niñas de 12 años explicó que utiliza esta red bastante. El principal contenido que consume dentro de ella son bailes, comedia y cocina. Ven cuentas extranjeras o colaboraciones, pero casi no ven cuentas ecuatorianas. De las parejas que ven, su favorita es una que “demuestra cariño y se cuidan entre sí”. El tipo de contenido que les aburría fue de una clase de matemáticas.

El segundo grupo focal de adolescentes de 16 a 18 años también utiliza esta red y afirma perder la noción del tiempo al usarla. Consumen contenido de comedia, bailes, gatos, “*unboxing*” y “*facts*”. “*Unboxing*” es contenido aspiracional sobre productos o estilo de vida que quisieran tener; “*facts*” son videos de datos curiosos. En adición, mencionaron ver contenido que normaliza la violencia psicológica. Un ejemplo de esto fue un video en el que una chica pierde la cabeza después de ver una foto de su novio en redes en el mismo lugar que una mujer. El chico de 18 años que lo vio recuerda haber pensado que estaba mal y no debería ser utilizado como comedia.

4.2.2.10. *Comunicación con círculo de apoyo*

Con el tipo de comunicación que debería manejarse con el público objetivo en mente, las expertas consideran también necesario construir uno o varios sistemas de apoyo. Natalia

nota el efecto que tiene la sororidad en disminuir la afectación de los efectos del maltrato. En concordancia, Sofía afirma que lo que hace que una persona se dé cuenta que está en una relación tóxica es la cercanía a amistades y propone la prevención del aislamiento, del abandono y la desconexión con su propia vida. Además, Natalia piensa que se debería crear una red de apoyo para formar a padres, de manera que entiendan a sus hijos y sean un apoyo para ellos. De la misma manera, Sofía considera que los padres conocen poco sobre las fases de cambio que sus hijos sufren en la adolescencia. Por eso, se debería hacerles empatizar con sus hijos, pero sin reclamarles.

4.2.2.11. *Relaciones de pareja*

Como se ha descrito a lo largo de este trabajo, el enfoque principal de esta campaña está en las parejas de adolescentes. Por esta razón, se debe entender las dinámicas que existen en las parejas jóvenes y las necesidades que este tipo de interacciones satisfacen. En este apartado se describirá lo que buscan los jóvenes en su pareja, las ideas que tienen sobre el amor y para finalizar se tratará el tema de las llamadas “relaciones tóxicas”. Cabe mencionar que en esta síntesis se toma en cuenta los puntos de vista de las expertas entrevistadas y las opiniones del público objetivo.

Teniendo en cuenta los cambios físicos y psicológicos que experimentan los adolescentes, surge la pregunta: ¿Qué buscan en sus relaciones de pareja? Liliana Jayo expresa que los jóvenes tienen una necesidad de vincularse con otras personas, experimentar su sexualidad y satisfacer necesidades afectivas. Natalia Quiroz menciona que frente a esta variedad de nuevas experiencias, el adolescente requiere de un adulto que lo guíe y lo acompañe en este proceso. Además, Jayo señala que algunas de las preguntas que surgen frente a esta experiencia varían en hombres y mujeres. Por una parte, las chicas se cuestionan

si son amadas y si se encuentran con el hombre adecuado. Por otro lado, los chicos se preguntan acerca de la fidelidad de su pareja.

Otra cuestión que surge en este marco se basa en las ideas y expectativas que se tienen sobre las relaciones de pareja. Sofía Jiménez afirma que muchas jóvenes entran a una relación con ideas fantasiosas de que siempre estarán juntos y que estarán en contacto todo el tiempo. Algunas de las expertas atribuyeron la formación de estas falsas expectativas a los contenidos que producen los medios y a la cultura. Tomando en cuenta las opiniones del target, cabe mencionar que las chicas de 12 años manifestaron que sus padres esperan verlas con una persona que las trate bien. En contraste, los jóvenes de 16 a 18 plantearon que en la actualidad al entrar en una relación no se ve lo que vas a ganar, sino lo que vas a perder.

Considerando esta clase de pensamiento, resulta imprescindible mencionar cómo el contexto actual ha modificado las relaciones de parejas. Jiménez plantea que ahora lo virtual tiene un papel fundamental. Esto se evidencia en comportamientos como comunicarse a través de los estados y bloqueos en redes sociales. Esta dinámica ha empezado a sustituir el decir las cosas de frente y tener una comunicación constante. Es decir que existe poco diálogo y comunicación real, lo cual tiene como consecuencia malinterpretaciones, que haya un crecimiento de la ansiedad y una necesidad de inmediatez.

Este tipo de comportamientos son comunes en relaciones poco sanas, conocidas hoy en día como relaciones tóxicas. Esta clase de interacciones se caracterizan por estar minadas de comportamientos manipuladores, controladores y otras clases de manifestaciones de violencia psicológica. Sofía Jiménez comenta que en este tipo de parejas es común ver que terminan varias veces y vuelven, siendo una constante que el agresor sea quien tome la decisión de terminar.

Esta dinámica refleja lo que se conoce como relaciones de poder. Graciela Ramírez afirma que el poder es algo fluctuante, es decir que no se mantiene en las manos de una sola persona permanentemente. Sin embargo, Ramírez sugiere que en las relaciones de pareja es común observar una distribución inequitativa del poder. Una evidencia de esto es que las reglas de la relación no se aplican de igual manera para ambas partes, como por ejemplo cuando el hombre se siente en derecho de disponer cómo se comporta su pareja. En este contexto la experta agrega que lamentablemente las chicas que se comportan fuera de las normas que dicta la sociedad son posibles víctimas de violencia. Además, relata que en muchas ocasiones los padres validan estas reglas inequitativas, celebrando comportamientos como que su hijo tenga dos parejas.

Sin dudas, estas relaciones donde se ejerce violencia tienen consecuencias especialmente para la víctima. Como se ha descrito en el marco teórico los efectos de estas agresiones pueden ser daños psicológicos que tardan mucho tiempo en sanar. La psicóloga Natalia Quiroz plantea que si las personas que han pasado por estas malas experiencias, no trabajan sanar sus heridas, en el caso de las víctimas, o corregir sus comportamientos, en el caso de los agresor; es muy posible que vuelvan a caer en “relaciones tóxicas”. Quiroz hace énfasis en que esta clase de recaídas pueden resultar en peores consecuencias donde tenga lugar la violencia física, que incluso puede llegar a escenarios terribles como el femicidio. La experta indica que lo que sucede en esta clase de relaciones es que los patrones de violencia se pueden seguir repitiendo hasta que los involucrados tomen conciencia.

4.2.2.12. Víctimas

En las relaciones de pareja nocivas, se han visto dos partes: la víctima y el agresor. Se comenzará por tratar a la primera. A esta persona se le dificulta salir de la relación porque

tienen un ego e individualidad poco desarrollada, según Sofía. En adición, Natalia afirma que la dependencia emocional incide y explica el proceso de indefensión aprendida como: “la idea de que te quedas sin pareja y se acaba el mundo”. Además, Cheryl plantea que el proceso de deshumanización de la víctima ocurre porque no se valora a la persona, se la ve culpable por las acciones del otro y se le da a entender que no tiene derechos.

Más allá, el daño de la violencia psicológica por parte de la pareja perdura por años, según Natalia. Esto se debe a que, pese a que la violencia psicológica deja huellas, si no hay evidencia física de violencia no se lo toma en serio. Observa que “las jóvenes quedan devastadas” y sufren episodios parecidos al Desorden de Estrés Post Traumático (PTSD por sus siglas en inglés) y la única manera de volverlas a empoderar es con terapia. La persona necesita trabajar en estas situaciones y entender su feminidad para volver a sí misma.

A pesar de ser polos opuestos, el ser víctima o agresor comparte el mismo origen. Esto se debe, según Graciela, a que cuando una persona vive violencia intrafamiliar, la normaliza. Se puede ver en historias familiares de violencia por el poder y el control de diferentes ámbitos de la vida de las personas dentro del núcleo familiar. Además, existe vulnerabilidad por varias situaciones. Por ejemplo, el consumo de sustancias que desinhibe a las personas o en las pandillas cuando la chica es propiedad de toda la pandilla.

4.2.2.13. Agresores

De esta manera, se llegó a una aproximación al perfil más común de un agresor. Para Natalia y Erika, lo más preocupante es que cualquier persona podría ser agresor porque el sistema hace posible y encubre la violencia. Enfocándose en la persona, Natalia ha observado que son chicos a los que se ha educado con el estereotipo de macho violento. En general, cuando abusan de otra persona, sus padres encubren el maltrato. Además, son personas que

no aprendieron sobre límites a temprana edad. Tienen un complejo de inferioridad que tratan de compensar de manera violenta y se juntan con parejas con un ego débil. Así, buscan una manera de dominar y crean una dinámica inconsciente, según Sofía.

Dentro de la relación, explica Graciela, si la víctima le llama la atención promete cambiar. Sin embargo, el cambio viene porque la víctima lo descubre y no desde el interior. En adición, existe “la cultura de inmediatez”, que implica que todo debe ser hecho en ese mismo instante, sin paciencia. No se tiene en cuenta que el cambio es un proceso en el que hay que notar los comportamientos nocivos que se lleva replicando; debe haber una intención de reconocer la responsabilidad.

4.2.2.14. *Formas de confrontar la violencia*

La presente investigación se ha concentrado en las causas y efectos de la violencia. Ahora, se cubrirán las maneras en las que se puede cambiar las dinámicas. Erika afirma que el cambio llega con el aprendizaje sobre consentimiento. Además, se necesita enseñar a los jóvenes que valen más que cualquier falta de respeto que estén tolerando. Liliana agrega que “hay que dar autoestima, promover la reflexividad, la autoreflexión y el amor propio y cuestionar lo hegemónico”. La manera de empoderar a los jóvenes, según Cheryl, es con información y el enfoque en sí mismos. También se debe ver situaciones en las que son vulnerables a la violencia en el día a día y pensar “¿qué hago si veo violencia?”. Se debe trabajar en masculinidades y lo que se considera aceptable, como la idea de que la mujer pertenece al hombre. En las relaciones, se debe identificar quién tiene poder en ciertas circunstancias y ver señales de alarma con escalas de violencia. En esto concuerda Natalia, que plantea el uso de herramientas introspectivas, como un “violentómetro”.

Con respecto al entorno, Graciela y Erika consideran que debe haber un reconocimiento de la responsabilidad. Se debe también desnaturalizar comportamientos en la infancia, para que en la adolescencia no les guste y se apele a la sanción social. El comportamiento estructural no cambia por voluntad, se necesita trabajo interno profundo y el cambio no se ve de inmediato. Por eso, la educación sobre sexualidad y relaciones de pareja impulsaría un nuevo punto de vista. Erika afirma que se debe enseñar igualdad y volver a los valores espirituales de conexión con la naturaleza y respeto al otro. Posibles aliados para este fin podrían ser las consejerías de los colegios y el currículum educativo, según Natalia. Adicionalmente, Cheryl piensa que se puede utilizar grupos de apoyo formales o informales y espacios físicos y virtuales a donde ir.

4.2.2.15. *Formas de salir de una relación violenta*

Los temas aquí desarrollados evidencian que sin dudas hay un problema que se necesita ser tratado desde distintos enfoques. Sin embargo, una de las principales acciones a tomar en esta clase de casos es trabajar directamente con la víctima de violencia psicológica. Es importante proveerle herramientas en su propio entorno que le pueden ayudar a salir de estas situaciones desagradables. En este marco, hay distintos pasos a tomar en cuenta en el proceso de salir de una relación tóxica. Aquí se describirán factores que dificultan terminar una relación, claves para darse cuenta de la calidad poco saludable de una dinámica de pareja, cómo detectar a tiempo las agresiones y una serie de consideraciones que los jóvenes deben tener precautelando su bienestar personal.

Teniendo presente las características de la violencia psicológica y las influencias sociales presentadas en los párrafos anteriores; se pueden considerar una serie factores que le dificultan a una persona tomar la decisión de terminar una relación. Liliana Jayo menciona

que una de las mayores influencias es la idea del amor romántico donde se expresa que se debe dar todo sin esperar nada a cambio. Otro factor que la experta recalca son las ideas retrógradas que se tienen sobre la sexualidad y la virginidad. Esta clase de construcciones sociales afectan principalmente a las mujeres, a quienes se les ha enseñado a lo largo de los años que la virginidad es algo que se entrega una vez y luego se pierde. Jayo describe que en estos casos las mujeres suelen sentir la presión de seguir con aquella persona a la que “entregaron su virginidad”.

Como se puede evidenciar, varios de los factores influyentes están basados en construcciones sociales, por lo que una perspectiva correcta en estos casos resulta ser el enfocarse en el bienestar personal. Desde este punto de vista en el que se precautela la propia salud psicológica, se pueden identificar a tiempo actitudes que evidencian violencia. Graciela Ramírez recomienda que se tomen en cuenta temas como: que tu pareja respete tu privacidad y no influencie tu poder personal. En este contexto, es importante volver a la distinción entre cuidar y controlar a la pareja. Para lograr esta distinción, Ramírez indica que una dinámica sana refleja una preocupación por cuidar al otro pero sabiendo que se puede cuidar solo.

Otro punto que la experta en psicología de género recalca es que los jóvenes deben saber confiar en su intuición. Algunas claves que da Ramírez se centran en saber identificar las señales a tiempo y reconocer el momento en el que una persona necesita terminar una relación. Los factores que ella llama a considerar son identificar cuando se empieza a sentir miedo de la pareja y cuando siente recelo de contarle algo.

En este enfoque de tomar en cuenta los sentimientos propios, Natalia Jimenez señala que en algunos casos las víctimas toman conciencia de su propia situación al darse cuenta que

están sufriendo un desconexión de la vida. Es decir cuando analizan en retrospectiva su relación y toman conciencia de que han dejado de lado su vida por su pareja.

En contraste, Sofía Jiménez afirma que el círculo de la persona agredida puede ser una gran ayuda en estos casos. En primer lugar, la psicóloga describe cómo la cercanía con los amigos pueden brindar una percepción objetiva de la calidad dañina de una relación. Sin dudas, estas son palabras que un joven escucharía; pues en la mayoría de los casos si un padre se los dice lo pueden tomar con rebeldía. En este contexto Natalia Quiroz agrega que el escuchar historias de otras personas que ya hayan vivido este tipo de relaciones, puede hacer que el o la afectada analice su propia situación y tome una decisión al respecto.

Anteriormente, se mencionó que los amigos son una clave para hacer caer en cuenta a una persona de que se encuentra en una relación tóxica. Por este motivo, una de las preguntas que se realizó en el grupo focal con jóvenes de 16 a 18 años fue: ¿Qué le dirías a un amigo que se encuentra en una relación donde existe violencia psicológica? Además se pidió a los jóvenes que expresaran qué harían ellos si sintieran que están en una relación tóxica. Estas interrogantes arrojaron respuestas que reflejan los conceptos defendidos por las psicólogas expertas. Los consejos más importantes que dieron los jóvenes fueron: hacer 10 cosas que hacías antes y que ves que le molestan a tu pareja, considerar lo que es bueno para ti, estar con gente que te hace sentir bien y analizar cómo ha cambiado tu vida desde que inició tu relación. Si bien estas palabras provienen de la corta experiencia de estos adolescentes, reflejan una preocupación por el bienestar personal y el de sus amigos.

4.3. Diseño, planificación y ejecución de la campaña

4.3.1. Nombre de la campaña: *Pana, date cuenta.*

El nombre de la campaña tiene bases teóricas y prácticas. En cuanto a la teoría, en el segundo focus group de la investigación cualitativa, un adolescente de 18 años manifestó haber utilizado esa frase. Por ende, es un término conocido entre sus pares que hará que la campaña resulte más familiar y cercana. Por el lado práctico, el nombre es maleable. Esto quiere decir que se puede usar en distintas situaciones con propósitos diferentes. Por ejemplo, en la fase informativa de la campaña se lo expone de la siguiente manera: “pana, date cuenta que si te revisa el celular, no es normal” y en la fase de empoderamiento, de esta manera: “pana, date cuenta de que mereces más que alguien que te humilla”. Así, es un nombre versátil y familiar, que funciona con el público objetivo.

4.3.2. Concepto

La fase informativa de la campaña consta de dos partes: la delimitadora y la de empoderamiento. Ambas partes estarán precedidas de una fase expectativa y seguidas de una fase de recordación. De esa forma, iría la fase expectativa, la fase delimitadora, la fase de empoderamiento y la fase de recordación. En la fase delimitadora, se informará a los jóvenes sobre comportamientos que son violencia psicológica, pero tienden a confundirse porque los hemos normalizado. Por otro lado, en la fase de empoderamiento se busca hacer que los adolescentes encuentren su propio valor y amor propio, para que sepan qué les incomoda y qué no. Asimismo, desarrollarán un sentido de límites que su pareja deberá respetar.

4.3.3. Eje de comunicación

Con el fin de obtener el mayor alcance posible con el público objetivo, el tono de la campaña será positivo y coloquial. En concordancia, todos los artes lanzados en redes serán con una temática en tendencia adaptada a la campaña con lenguaje amistoso y jocoso (cuando la situación lo amerite). Nunca se usará un tono formal, porque puede alejar a los adolescentes y hacer que no vean el contenido. Las personas dentro de los artes y los videos deberán ser jóvenes y mostrar situaciones aspiracionales o que causen identificación. La idea principal detrás de los videos es desnormalizar conductas violentas y normalizar conductas sanas en relaciones de pareja. Por eso, el trasfondo del contenido será el enfoque, de manera que los jóvenes no se den cuenta de que están siendo parte de una campaña, pero utilicen los comportamientos aprendidos. Asimismo, se utilizará la red TikTok activamente con videos de hasta un minuto de duración de comedia o explicación.

4.3.4. Colores



Los colores institucionales escogidos para esta campaña responden a dos razones de relevancia: que la línea gráfica resulte atractiva al público objetivo y que los colores escogidos lleven un mensaje alineado a la causa social. Por este motivo se han utilizado los colores azul, morado y naranja. También se utilizará los colores blanco y negro como complementarios.

El azul, con código #0f3f69, es un color que representa seguridad y confianza. Estos valores son importantes en este proyecto pues se busca que los adolescentes sean seguros de sí mismos y confíen en su intuición y en la validez de sus emociones. Por otro lado, el morado, con código #622368, es un color que hace alusión al poder. El uso de este color está enfocada a representar el proceso de empoderamiento que se busca generar a través de esta campaña. Por último, el naranja, con código #cd3923, es un color que es utilizado para enviar mensajes referentes a la amistad y calidez. Este tono fue escogido porque se busca tener un acercamiento amigable al público objetivo. Adicionalmente, este color es una excelente forma de hacer contraste frente a los otros dos tonos que se encuentran en la gama de los colores fríos.

4.3.5. *Logotipo*

Como se explicó anteriormente, el nombre de la campaña es una frase que puede ser adaptada a los dos enfoques principales de este proyecto: informar y empoderar. Tomando en cuenta la fuerza que tiene la frase: “Pana, date cuenta”, resulta imprescindible incluirla dentro



del logotipo. Por este motivo, el punto focal de este recurso visual está en el texto.

Sin embargo, se tomó en cuenta que un logo que solo incluya texto puede resultar muy genérico. Para lograr un factor diferenciador, se realizó el diseño de un isotipo que acompañe al texto. Este isotipo es un ojo abierto de color azul. El color escogido hace alusión a la

seguridad que muestra una persona empoderada en sus ojos. Además, el ojo abierto es un llamado a “quitarse la venda de los ojos” y saber reconocer aquellos comportamientos que

son violencia psicológica. Además, también se alinea al mensaje de tomar conciencia del poder propio, la validez de las emociones y valor personal de cada miembro del *target*.

Cabe mencionar, que se han diseñado dos presentaciones de logo: una en formato horizontal y otra en vertical. Esto se hizo tomando en cuenta que hay la necesidad de colocar este recurso visual en ambos tipos de formatos y por lo tanto se debe considerar una disposición que no resulte extraña a la vista.

4.3.6. Ejecución de la campaña

Los resultados de la campaña han sido presentados en función de los tres objetivos/ejes principales: informar, empoderar y crear conciencia social. Dentro de cada categoría se observan resultados



específicos a ella. Sin embargo, se comenzará por dar un contexto global. “Pana, date cuenta” se ha manejado por TikTok como red principal por su alcance con el público, seguida de la red Instagram para publicar contenido duradero y fácil de encontrar y terminando con la red Facebook para contenido educacional. En TikTok, se logró un total de 306 849 visualizaciones, 5604 seguidores, 55 500 me gusta y 8142 visualizaciones del perfil. El video más popular fue el de la influencer Dany Fiallos sobre el rol servil, seguido del video recomendación de canciones que promueven las relaciones sanas. El 87% del público es femenino, el 29% mexicano y otro 29% ecuatoriano.



En Instagram, se logró un alcance de 15 151 cuentas, 35 966 impresiones, 996 visitas al perfil y 332 seguidores. La publicación con más alcance fue la del Giveaway, con 4913

personas, seguida de aquellas de presentación de campaña. El reel más visto fue aquél que recordaba a las personas que puede contactarse con la página de ser necesario, con 5775 reproducciones de video. El 82% del público se identifica como mujer, el 65% es de Quito y el 10% de Guayaquil. Están en una franja etaria de 18 a 24 años, con el 60%; seguida de la franja de 25 a 34 años, con un 28%.



Por último, en Facebook se registró un alcance de 5771 personas, 85 visitas, 416 interacciones con el contenido y 356 reproducciones de un minuto de video. La publicación con más alcance fue la de la charla de “Repotencializa tu poder interno”, con 395 personas. No hay rangos etarios sobre el público disponibles. Una vez que se ha dado resultados totales sobre el alcance de la campaña, se procederá a explicar los resultados según cada eje.

Charla

REPOTENCIALIZA Y REDESCUBRE TU PODER

Invitada
Linda Romero
Life coach

Miércoles 28 de abril
5:30pm

zoom 881 4263 0698

LIVE

PANA DATECUENTA

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta Siempre se comienza desde adentro. En esta charla, te enseñaremos cómo potenciar lo que ya tienes, para que sepas que vales más que una relación tóxica.
Invitada: @lindadianatv de @mujeresrealesec

3 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

26 DE ABRIL

Añade un comentario... [Publicar](#)

4.3.6.1. Informar

En este apartado, se realizaron charlas informativas en vivo por zoom y Facebook Live. Además, se publicaron videos explicativos en TikTok y post en Instagram con información en tono positivo y con el objetivo de ayudar y no juzgar. Para obtener resultados tangibles de la implementación de este primer eje, se observa: las estadísticas de los asistentes a las charlas, su engagement, el número de seguidores al final y los públicos alcanzados. Antes de las charlas se publicó y compartió en historias de Facebook y de Instagram un post con información sobre estas. Después de cada una, se hizo una publicación recordando las frases destacadas en Instagram y Facebook.

En la primera charla, se invitó a Carla Calderón, psicóloga clínica especializada en obtener resultados positivos y empoderamiento en el centro Armonía. Esta obtuvo un total de 17 espectadores entre Facebook Live y zoom. Además, obtuvo un alcance de 143 personas y un

engagement promedio de 19 reproducciones de un minuto. En Instagram la publicación promocional tuvo un alcance de 152 personas.



En la segunda charla, se propuso expandir el alcance de la campaña al público potencial de padres. Esto se hizo en base a las estadísticas de grupos etarios que navegan la red de Facebook. El locutor fue Diego Galarza, psicoterapeuta especializado en un punto de vista positivo y empoderante. Tuvo a 27 personas conectadas al evento en vivo y un alcance a 122 personas más a través de Facebook. En adición, el engagement fue de 17 reproducciones de video de un minuto. El alcance en Instagram fue de 128 personas en la publicación promocional y de 253 en la de recordación, junto a dos seguimientos.

Charla

PADRES, ¡ALERTA CON LAS RELACIONES TÓXICAS!

Invitado
Diego Galarza
Psicoterapeuta RPI

Miércoles 21 de abril
7:00pm

LIVE

PANA DATECUENTA

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta Padres, si quieren que su hijo tenga una relación sana cuando crezca o si ya está comenzando a salir con personas y quieren ayudarlo, esta charla es para ustedes! La violencia psicológica es un problema silencioso, que resulta difícil de detectar. En esta charla te enseñamos como detectar si tu hijo está viviendo violencia psicológica y cómo ayudarlo a salir de esta situación.

Invitado: Diego Galarza de @centro_rpi

4 sem



Les gusta a domeyanez99 y personas más

20 DE ABRIL

Añade un comentario... [Publicar](#)

PANA DATECUENTA

5 FRASES DE ¡ALERTA CON LAS RELACIONES TÓXICAS!

QUE NO DEBES OLVIDAR

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta 5 frases icónicas de nuestra charla con @diegogalarzarpi #datecuenta #valesmás #frases

3 sem

lola.palooza Hola! yo tengo una pregunta. ¿A que se refieren con narrativas enfocadas al éxito?

3 sem Responder

Ver respuestas (1)



Les gusta a domeyanez99 y personas más

23 DE ABRIL

Añade un comentario... [Publicar](#)

Carla, la primera invitada, colaboró también con una charla sobre la importancia de ir al psicólogo y romper tabúes alrededor de esto. Esta obtuvo un público de 15 personas conectadas en vivo y 26 a través de Facebook. El engagement en esta charla fue de 9 reproducciones de

video de un minuto. La publicación promocional obtuvo un alcance de 133 personas, y aquella de recordación uno de 209.

Charla

IR A TERAPIA ES CUIDARTE

Invitada
Carla Calderón
Psicóloga Clínica

Miércoles 05 de mayo
5:30pm

zoom 865 3355 6777

LIVE

Armonía

PANA DATE CUENTA

Detailed description: A promotional graphic for a talk show. The background is a blurred image of a laptop keyboard. The text is in various colors: 'Charla' in orange, the main title 'IR A TERAPIA ES CUIDARTE' in blue, and the guest's name 'Carla Calderón' in purple. It includes the date and time 'Miércoles 05 de mayo 5:30pm', a Zoom link 'zoom 865 3355 6777', and a 'LIVE' icon. Logos for 'Armonía' and 'PANA DATE CUENTA' are at the bottom.

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta Muchas veces no sabemos si nuestros problemas son suficientemente graves para ir a terapia. Pero no hay que esperar a que sean graves o a volverte loco para ir a terapia. En esta charla, te ayudamos a romper el tabú de la ayuda psicológica. Charla con: @armoniapsicologiaecuador

2 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

4 DE MAYO

Añade un comentario... Publicar

Detailed description: An Instagram post from 'panadatecuenta'. The text describes a talk show about therapy. It includes a quote from the post and the date '4 DE MAYO'. The interface shows a heart icon, a comment icon, and a share icon.

PANA DATE CUENTA

5 FRASES DE IR A TERAPIA ES CUIDARTE

QUE NO DEBES OLVIDAR

Detailed description: A graphic with a red background. At the top left is the 'PANA DATE CUENTA' logo. The main text reads '5 FRASES DE IR A TERAPIA ES CUIDARTE' in large white letters, with 'QUE NO DEBES OLVIDAR' below it. At the bottom, there is a circular image of two women talking. A white arrow points to the right at the bottom right.

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta 5 frases icónicas de nuestra charla con @armoniapsicologiaecuador

1 sem

centro_rpi Responder

1 sem Responder

Les gusta a domeyanez99 y personas más

6 DE MAYO

Añade un comentario... Publicar

Detailed description: An Instagram post from 'panadatecuenta'. The text mentions '5 frases icónicas de nuestra charla con @armoniapsicologiaecuador'. It shows a reply from 'centro_rpi' and the date '6 DE MAYO'. The interface shows a heart icon, a comment icon, and a share icon.

Finalmente, Graciela Ramírez, psicóloga especializada en violencia de género que fue entrevistada para la investigación cualitativa realizó varios aportes con su charla sobre comportamientos tóxicos que deben ser identificados. En esta, invitó a sus estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Se dio en formato interactivo, con ejemplos de la normalización de la violencia de género en medios y los mitos alrededor del amor romántico. Presentes en esta, estuvieron 30 espectadores en vivo y tuvo un alcance de 187 personas en Facebook. Hubo también un engagement de 25 reproducciones de un minuto de la grabación publicada. 145 personas fueron alcanzadas por medio de Instagram con la publicación anterior a la charla, 2 siguieron a la cuenta y 207 fueron alcanzadas con la recordativa.

Charla

COMPORTAMIENTOS TÓXICOS QUE DEBES IDENTIFICAR

Invitado
Graciela Ramírez
Psicóloga especialista en violencia de género

Martes 11 de mayo
5:30pm

zoom **867 7581 5984**
LIVE

PANA DATECUENTA

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta Si tienes una idea de lo que es tóxico, pero no sabes con seguridad, esta charla es para tí. Todas las ideas de nuestra campaña estarán en esta charla!

1 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

9 DE MAYO

Añade un comentario... Publicar

PANA DATECUENTA

5 FRASES DE COMPORTAMIENTOS TÓXICOS QUE DEBES IDENTIFICAR

QUE NO DEBES OLVIDAR

PANA DATECUENTA

panadatecuenta • Siguiendo ...

panadatecuenta 5 frases 🌟 icónicas de nuestra charla con @ch391666

6 días

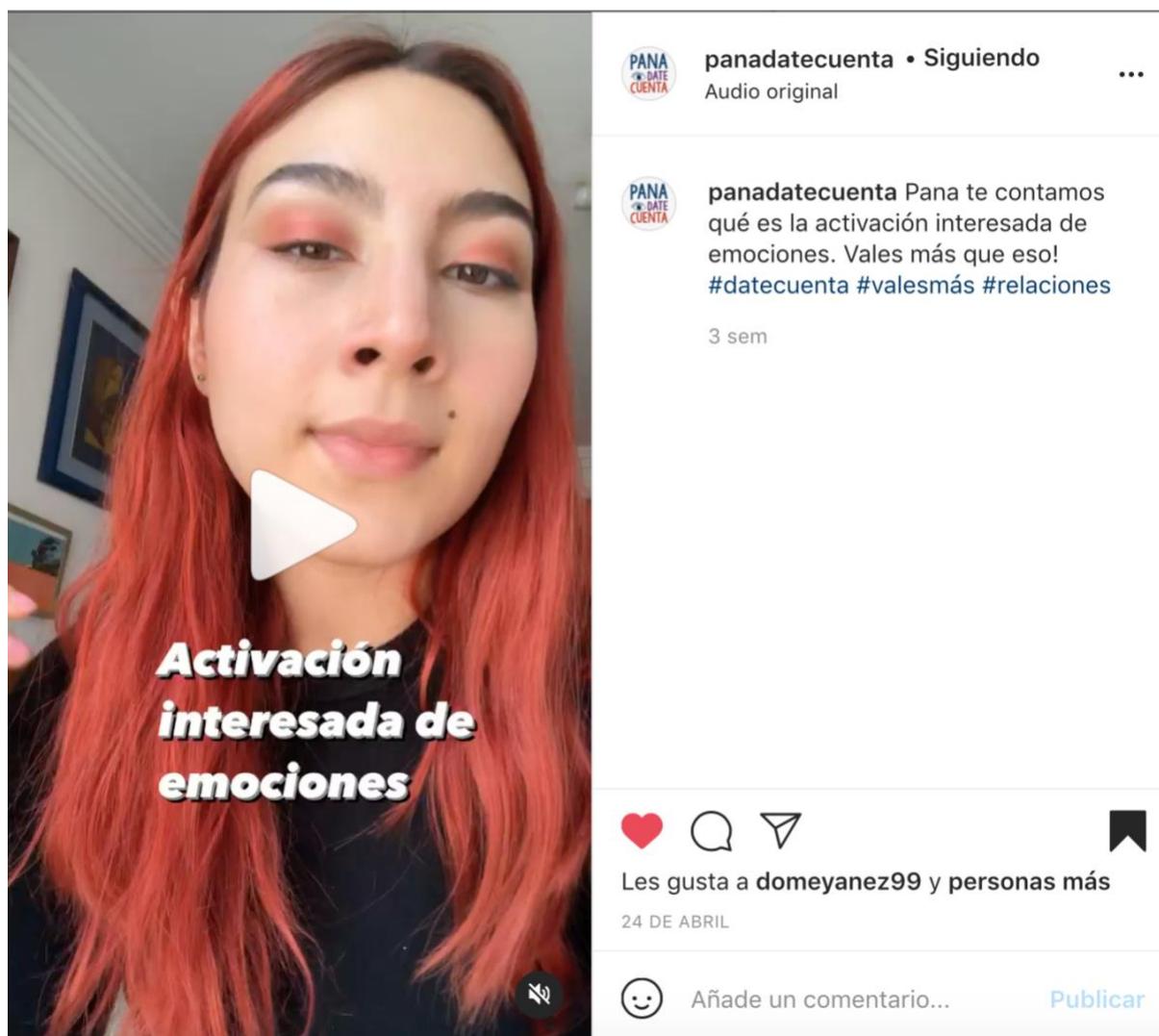
Les gusta a domeyanez99 y personas más

HACE 6 DÍAS

Añade un comentario... Publicar

En adición a estas charlas educomunicativas, se realizaron publicaciones con fin informativo y connotaciones más neutras. Estos obtuvieron un alcance promedio de 233 personas, con el más alto en 379 personas con una micro influencer fitness y la traducción de

comportamientos aislantes. También se publicó reels en Instagram y TikToks desde esta perspectiva, con las influencers Dany Fiallos y Steffany Paola, con un promedio de 14 723 reproducciones en TikTok y 795 reproducciones de video en Instagram. El más reproducido en la primera red social fue el de Dany Fiallos sobre no ser la sirvienta de tu pareja, con 68 800. En Instagram, el más reproducido en esta categoría fue el que explica lo que significa la activación interesada de emociones, con 1649 reproducciones.



Con base en estos datos, se puede hacer una serie de observaciones. Las charlas educomunicativas obtienen su éxito en las personas que se conectaron a verlo en vivo, puesto que se necesita conectar con el interlocutor. Otro aspecto a observar es el hecho de que los

videos tienen mucho más alcance que las publicaciones, ya sea en Instagram o TikTok, y que la red que consiguió exponencialmente más alcance fue TikTok.

4.3.6.2. Empoderar

El siguiente objetivo de la campaña fue empoderar a los adolescentes para conseguir tener amor propio y no depender de una relación. Además, se buscó crear una emoción de felicidad y contenido aspiracional sobre relaciones sanas. Para este fin, se realizó también una charla con Linda Romero, Life Coach de la organización Mujeres Reales. Además, se publicó imágenes y videos que inciten al cambio y a la introspección.

La charla para repotenciar tu valor propio tuvo un total de 17 personas conectadas en vivo y un alcance de 88 personas por Facebook, con un engagement de 15 reproducciones de un minuto. La publicación promocional obtuvo un alcance de 130 personas en Instagram, y aquella con frases destacadas, un alcance de 187.



En cuanto a publicaciones en Instagram, las que estuvieron en esta categoría tuvieron un promedio de alcance de 207 personas. El post que más alcance tuvo fue un test para saber cómo escucharse a sí mismo, con 235 personas. Por otro lado, los videos de este tipo obtuvieron un promedio de reproducciones de 995 en TikTok y 1575 en Instagram. En TikTok, el más popular de este tipo fue para prevenir el aislamiento psicológico y físico, con 6466 reproducciones. En Instagram Reels, el video más visto fue uno en el que se insta a las personas a contactar a la página en caso de necesidad, con 5775 reproducciones. Con estos datos se puede concluir que la red con más alcance fue Instagram, sea en promedio de reproducciones y en la acogida que hubo para el empoderamiento.





panadatecuenta • Siguiendo
Audio original

panadatecuenta Pana date cuenta que tu pareja es tóxica #datecuenta #valesmás #relacionestoxicas

6 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

31 DE MARZO

Añade un comentario... Publicar



panadatecuenta • Siguiendo
Audio original

panadatecuenta Pana estamos aquí para apoyarte! #datecuenta #valesmás #relacionestoxicas #saldeahí

1 sem

moisesmaldonadocarpio3 Hola

1 sem Responder

Les gusta a domeyanez99 y personas más

7 DE MAYO

Añade un comentario... Publicar

4.3.6.3. *Crear conciencia social*

El último objetivo de la campaña fue crear conciencia social, de manera que los pares de los adolescentes detecten comportamientos nocivos entre sí. Entre ellos, deberían ejercer presión para erradicarlos y ayudar a compañeros que estén siendo víctimas de violencia psicológica. Además, se buscó desnormalizar la violencia psicológica en la pareja en contenido mediático. Con este propósito, se realizó un conversatorio con el medio digital de “Las Manes” en Instagram Live. En adición, se publicó en esta red pruebas para saber el propio nivel de normalización de la violencia o “toxicidad”. También se grabó videos analizando canciones, series y películas para desnormalizar la violencia y para promover relaciones sanas en estos contenidos en el segmento : “canciones/películas/series reactivas”.

En el conversatorio se obtuvo una audiencia en vivo de 22 personas. Después del live, Instagram guarda el video como publicación en el feed del usuario. Por eso, tuvo un alcance de 167 personas más y 179 reproducciones de video. Por su parte, Las Manes hicieron una dinámica en historias para que más personas atiendan.



Las publicaciones en este eje, por otro lado, tuvieron un alcance promedio de 219 personas. La que más alcance tuvo fue la del “toxicómetro”, una herramienta para descubrir qué tan tóxico es uno mismo, con 232 personas. En TikTok, los videos tuvieron un promedio de visualizaciones de 6133 reproducciones. En Reels, de 536 reproducciones. Los videos más populares en TikTok fueron los que analizan canciones en tendencia. Todos tienen más de 20 000 reproducciones. En Instagram, el video más visto fue el de la estética ideal del terminar una relación tóxica. Finalmente, se evidenció que esta dinámica fue más favorable en TikTok. Tanto así que se llegó a la viralidad.



PANA DATECUENTA

De tus propios comportamientos tóxicos

panadatecuenta • Siguiendo ...

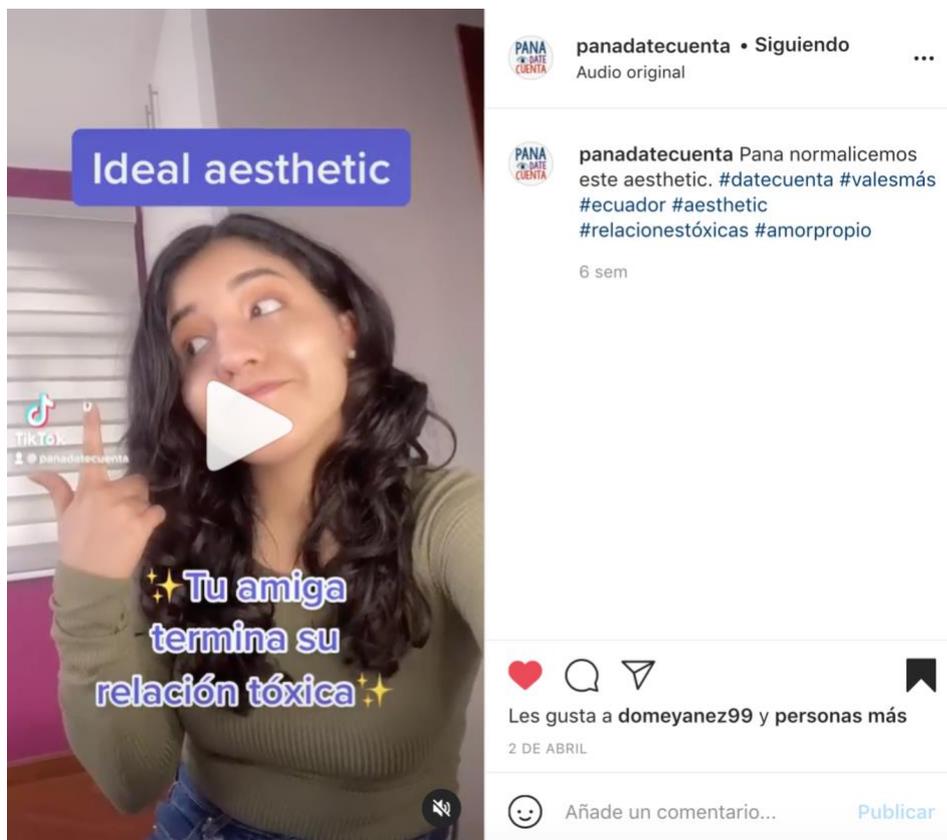
panadatecuenta Todos hemos sido tóxicos en algún momento, pero siempre podemos crecer para bien 😊 este es un primer paso para evaluarte! #datecuenta #valesmás #estudiantes #feminismo #motivación

6 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

1 DE ABRIL

Añade un comentario... Publicar



Ideal aesthetic

Tu amiga termina su relación tóxica

panadatecuenta • Siguiendo ...

Audio original

panadatecuenta Pana normalicemos este aesthetic. #datecuenta #valesmás #ecuador #aesthetic #relacionestóxicas #amorpropio

6 sem

Les gusta a domeyanez99 y personas más

2 DE ABRIL

Añade un comentario... Publicar

4.3.7. Gestión de medios y Relaciones

4.3.7.1. Panas en medios

A lo largo de la campaña, se logró entrevistas y espacios en 6 medios de comunicación. En televisión, “Pana, date cuenta” estuvo al aire en el programa En Familia, con Santiago Llerena en Telesucesos. En medios digitales, se obtuvo espacios en Wambra Radio y el conversatorio y promoción en Las Manes. En radios, la campaña fue entrevistada en el programa After Office de Ponte Once; en Sin Pedir permiso de WQ Radio y en Al Fin Solos de Hot 106.

PANA DATECUENTA Medios 5 sem

PANA DATECUENTA



HOY 13 abril
7:40pm
EN

PONTE ONCE
radio

@ponteonce_radio

Responder a panadatecuenta...

PANA DATECUENTA Medios 4 sem

Gracias @ponteonce_radio

LIVE 26:52



Por el espacio

Responder a panadatecuenta...

PANA DATE CUENTA Medios 4 sem

Gracias
[@sinpedirpermiso.ec](https://www.instagram.com/sinpedirpermiso.ec)



por el espacio

Responder a panadatecuenta...

PANA DATE CUENTA Medios 4 sem

Gracias [@en_familia](https://www.instagram.com/en_familia)



por el espacio

Responder a panadatecuenta...



La manera en la que se obtuvo atención en los medios fue con una estadística impactante a modo de introducción, que fue tomada de la investigación previa en el marco teórico: “el 50% de mujeres del Ecuador vive violencia psicológica por parte de su pareja.”. Después de esto, se introdujo la campaña y sus tres ejes, junto con el valor agregado: una campaña empoderante y positiva. Todo esto se presentó en un boletín con diseño personalizado, entregado digitalmente a las personas encargadas del programa después de contactarlas por teléfono.



Pana date cuenta, una campaña enfocada en prevenir el abuso psicológico en parejas jóvenes.

El 50% de mujeres del Ecuador vive violencia psicológica por parte de su pareja. Pana, date cuenta es un proyecto que busca informar al público joven sobre el maltrato psicológico, empoderarlos para que sepan cómo actuar ante el abuso, y crear una conciencia social entre pares sobre la gravedad de este tipo de agresiones.

La violencia psicológica es un tema que suele ser minimizado pero es necesario tratarlo y prevenirlo. "Pana date cuenta" es una campaña que nace con el objetivo de hablar de este tipo de abuso pero sin la intención de causar miedo. Esta iniciativa creada por Isabela Marín y Doménica Yáñez, estudiantes de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, comunica sobre la violencia psicológica desde un punto de vista positivo y empoderante.

Nuestra meta final es prevenir relaciones tóxicas y crear un espacio seguro para quienes buscan salir de ellas. Para cumplir este objetivo manejamos tres ejes centrales: informar, empoderar y crear conciencia social.

- Informamos sobre lo que es la violencia psicológica describiendo los comportamientos que corresponden a abuso emocional, control, manipulación, aislamiento, entre otros tipos de acciones que dejan secuelas psicológicas. A través de este eje buscamos evitar que los adolescentes reproduzcan estos comportamientos en sus relaciones de pareja, y que aquellos que se encuentran en relaciones abusivas sepan diferenciar entre amor y control.
- Empoderamos a los jóvenes para redescubran su valor personal. De esta manera, queremos recordarles que las características que tienen los hace únicos y que merecen ser tratados con respeto en todo momento.
- Creamos conciencia social con el fin de desnormalizar el abuso psicológico. Consecuentemente incentivamos a los jóvenes a cuestionar sus propias actitudes abusivas y señalar las de sus pares.

Este proyecto nos ha llevado a incursionar en las plataformas que se han convertido en tendencia en los públicos jóvenes. Cubrimos los tres ejes mencionados por medio de charlas informativas y contenido creativo en redes sociales como Instagram, Facebook y Tik Tok. Es así como buscamos crear un impacto real en los jóvenes ecuatorianos y recalcar que la violencia psicológica es un problema real. Nos adaptamos a la nueva tecnología para crear un cambio que no pueda ser ignorado.

Agradecemos cualquier espacio que crean pertinente brindarnos en sus propias plataformas para seguir concientizando sobre esta problemática.

Atentamente,
Isabela Marín y Doménica Yáñez



panadatecuenta@gmail.com 0998036466 0999089368 @panadatecuenta

4.3.7.2. *Panas en Relaciones Públicas*

Además de lograr el apoyo de los medios de comunicación, varias marcas, organizaciones e influencers otorgaron valor a la campaña. Las marcas que proporcionaron productos para el *giveaway* fueron: La Chaskaguía, ByHandEc, Nessart, Kayart Photography, Irene Bakeshop y Almajarra. En cuanto a organizaciones, están Centro RPI, Armonía Psicología Clínica y Mujeres Reales. Las influencers que se unieron a la causa fueron Dany Fiallos y Steffany Paola. Con estos públicos, se utilizó un mensaje más compacto y lenguaje más familiar. Se lo adaptó a los medios y se hizo el primer contacto con los involucrados. Después, se hizo una llamada por zoom para concretar detalles y explicar el concepto. El punto clave en esta aproximación fue el tono positivo y el hecho de que se diera en *TikTok* e *Instagram*.

4.3.7.3. *Logros no esperados*

A pesar de haber cumplido los objetivos de campaña, existieron objetivos que no se propuso y surgieron de la nada. Uno de esos fue la internacionalización de la campaña: se obtuvo el mismo porcentaje de público mexicano que de público ecuatoriano en *TikTok*. En adición, se consiguió un convenio para todos los seguidores de la campaña: un 50% de descuento en el libro “Parejas todo terreno” de Diego Galarza. Además, una persona de Wambra Radio hizo el contacto para invitar a la campaña a un concurso de iniciativas feministas. Finalmente, el resultado más inesperado fue el convertirse en un espacio seguro de contacto para personas en relaciones tóxicas. Varias chicas han escrito a los mensajes de Instagram pidiendo consejo sobre qué hacer. Se les respondió con consejos dados por las psicólogas y organizaciones psicológicas aliadas, además de reafirmar la importancia de estar contando su proceso y tomando el primer paso que es romper el aislamiento.

CONCLUSIONES

Con el fin de direccionar una campaña asertiva se han analizado diferentes aspectos sobre la violencia de género, la violencia psicológica y formas de prevención de la misma. A continuación se procederá a exponer los aportes más importantes a tomar en cuenta. En cuanto a la violencia de género en el Ecuador, se ha evidenciado la falta de claridad y control de los diferentes tipos. Esto es un problema debido a que no se puede direccionar sanciones en general ni prevenir sus variables con normativas universales. Más alarmante aún son las cifras de maltrato en el país, porque es mucho más frecuente que en Latinoamérica y el resto del mundo. Además, la violencia psicológica por parte de la pareja es la más usual. Estos datos son impulsados por comportamientos agresivos y una comunicación incorrecta por parte del agresor y por características de la víctima que la hacen vulnerable. Muchos de estos factores se deben al entorno en el que se desarrollaron. De hecho, la normalización de la violencia se da por circunstancias sociales.

Dentro de estas dinámicas de poder, las principales causantes son las relaciones de dominio-sumisión, los roles de género, y la masculinidad hegemónica. Las redes sociales y los medios masivos tienen humor basado en género, que refuerza las dinámicas de poder. Este humor puede observarse en discursos, memes y otros productos comunicacionales. Con esta viralidad, la audiencia aprende a normalizar la violencia. Esto se refleja en la visión errada sobre la sexualidad femenina y las lógicas de la pornografía. Las clasificaciones de violencia de género se dividen por el tipo de perpetrador, frecuencia, intención y tipo -sexual, física y psicológica.

La violencia psicológica se comprende de actitudes que quieren causar daño emocional. Este tipo de abuso en la pareja se encuentra en seis categorías: “aislamiento, control y manipulación de la información, control de la vida personal, abuso emocional, imposición del

pensamiento propio e imposición de un rol servil” (Rodríguez-Carballeira et ál, 2009, p. 309). Esta clasificación no pretende abarcar todos los ámbitos en que se produce la violencia, debido a que los comportamientos humanos están en cambio constante.

Estas actitudes pueden observarse en el ciclo de violencia, que se comprende de: cortejo, compromiso no legal, fase de tensión, hecho violento, actitud amorosa del agresor y nueva agresión. En las primeras dos predominan sentimientos positivos. Sin embargo, la víctima siente responsabilidad y necesidad de cuidar la relación. Después de la agresión, ocurre indefensión aprendida, y la aceptación de justificaciones. A pesar de eso, se puede romper el ciclo con acercamiento al círculo cercano, independencia económica e identificando qué actos son violentos.

Lamentablemente, los efectos de esta clase de acciones son en muchas ocasiones invisibilizados. Sin embargo, las consecuencias son multidimensionales afectando tanto la vida personal como laboral y académica de la víctima. Algunas de las principales secuelas de la violencia psicológica son: miedo o temor por la pareja, afectación de salud emocional que a su vez afecta su salud física. deterioro de sus relaciones interpersonales, acciones para lidiar con el dolor como dependencia de drogas y alcohol y limitación de su desarrollo académico y profesional.

Dada la incidencia de esta clase de violencia es necesario tomar acciones para su prevención. En este contexto, la Comunicación es una herramienta poderosa para generar cambios sociales. Para lograr el objetivo planteado es necesario tomar en cuenta elementos como: “enfoque en los beneficiarios, participación, estrategia, consideración de varios stakeholders, modelos sistemáticos, recopilación de datos y análisis, versatilidad multicanal y énfasis en resultados” (Servaes, 2007, p.22). Lo más importante para el desarrollo de una

campaña de prevención de la violencia psicológica es tomar en cuenta las características del público objetivo, los jóvenes, para así lograr apelar a ellos.

Otro punto a considerar es cómo la comunicación conforma estructuras de poder y la necesidad de replantear los valores preponderantes en ella. Esta manera de construir a la sociedad tienen que ver con crear conexiones. Esto se hace en base a la inclusión/exclusión impulsada por el internet. Normalmente, se ha perpetuado las estructuras de poder y los ciclos de violencia. Por lo tanto, se debe replantear como la comunicación otorga poder para así debilitar las estructuras que normalizan la violencia. Para lograr este objetivo es necesario preguntarse quién tiene el poder, para así apuntar a cambiar los discursos. Actualmente, las redes perpetúan roles de género que también impulsan la violencia. Un claro ejemplo de esto es el papel del lenguaje en relación a cómo la sociedad describe a las mujeres. Además, existen características particulares de las interacciones entre mujeres y hombres, que hacen necesarios discursos empoderantes hacia la mujer y más empáticos hacia el hombre.

Todos los recursos e información obtenida en las descripciones teóricas de este trabajo son útiles para desarrollar un producto comunicacional que apele a los jóvenes y les ayude a detectar a tiempo comportamientos violentos en sus relaciones de pareja. Afortunadamente, en latinoamérica ya se han hecho ciertas campañas que tratan el tema de la violencia psicológica, aunque no lo nombra como tal. Por este motivo, es necesario recalcar aquellos elementos que pueden resultar útiles para apelar a los adolescentes ecuatorianos. Los principales recursos que pueden ser eficaces en la propuesta aquí planteada son: desaprender comportamientos machistas que son comunes en nuestra educación, hacer una distinción entre comportamientos dominantes y actos de amor, y explicar cómo la violencia psicológica se mimetiza en el día a día.

En conclusión, se puede diferenciar tendencias. A nivel de *TikTok*, esta red social ha sido una plataforma con un alcance mucho mayor al previsto: el alcance es más de 20 veces mayor que en Instagram. Las tendencias en esta plataforma son las canciones conocidas y latinas y los *trends* que cambian cada semana. La edad de las personas en esta red es juvenil, en Instagram es de jóvenes adultos y en Facebook de adultos de mediana edad.

En el eje de información, los videos tienen mayor alcance en todas las plataformas que las publicaciones o las charlas. Además, fue el eje con más alcance. Esto quiere decir que a las personas en *TikTok* les gusta el tipo de contenido que les enseñe cosas nuevas. Sin embargo, para empoderar a las personas es mejor usar Instagram. El concepto de la estética y lo visual en esta plataforma es más marcado. En cuanto a la conciencia social, se pudo observar que el formato en vivo de Instagram tuvo más alcance que el de Facebook. Por otro lado, para obtener espacios en medios y generar noticias, se necesita potenciar el valor agregado desde el inicio y modular el tono según el tipo de medio en el que se apunta a salir.

Como recomendaciones, se debería continuar con la campaña en *TikTok* e Instagram. Además, se debe planificar la conformación de una red de apoyo o línea segura para las personas que escriban en las redes. Finalmente, se podría crear una base de datos de personas involucradas y con alto *engagement* para que hagan *publicity* a la campaña.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellán, J. (2009). *Estudio preliminar sobre: La objetividad del conocimiento en la ciencia social y en la política social de Max Weber*. Madrid.
- Aliaga, P., Ahumada, S., & Marfull, M. (2003). Violencia hacia la mujer: un problema de todos. *Revista chilena de obstetricia y ginecología*, 68(1), 75-78.
- Almendros, C., Gámez-Guadix, M., Carroble, J. A., Rodríguez-Carballeira, Á., & Porrúa, C. (2009). Abuso psicológico en la pareja: aportaciones recientes, concepto y medición. *Psicología Conductual*, 17(3), 433-451.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological science in the public interest*, 4(3), 81-110.
- Asamblea General de la ONU. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos (217 [III] A). Paris.
- Avon. [DossierNet]. (2018). AVON Cambiá el Trato - Violencia Intrafamiliar. [Archivo de video] <https://www.youtube.com/watch?v=gpH3UVyQv3Q>
- Avon Fundación Para la Mujer. (2018). Cambiá el Trato, la primera campaña protagonizada por hombres para visibilizar la violencia hacia las mujeres. *Avon Fundación para la Mujer*. <https://www.fundacionavon.org.ar/cambia-el-trato/>
- Arteaga, E. (17 de febrero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.
- Banco Mundial. (2019). Población de 25 a 29 años, mujeres (% de la población femenina). <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.2529.FE.5Y>

Banco Mundial. (2019). Población de 20 a 24 años, mujeres (% de la población femenina).

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.2024.FE.5Y>

Banco Mundial. (2019). Población, mujeres (% del total).

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.ZS>

Baxter-Right, D. (11/01/2017). 11 actually pretty shocking things Friends couldn't get away

with today. *Cosmopolitan*.

[https://www.cosmopolitan.com/uk/entertainment/a38817/11-times-friends-sexist-](https://www.cosmopolitan.com/uk/entertainment/a38817/11-times-friends-sexist-homophobic/)

[homophobic/](https://www.cosmopolitan.com/uk/entertainment/a38817/11-times-friends-sexist-homophobic/)

Berger, K. S. (2007). *Psicología del Desarrollo. Infancia y adolescencia*. Ed. Médica Panamericana.

Blázquez-Alonso M, Moreno-Manso JM, García-Baamonde SME, et al. La competencia emocional como recurso inhibitor para la perpetración del maltrato psicológico en la pareja. *Salud Mental*. 2012;35(4):287-296.

Bonnet, F., & Whittaker, V. (2015). Intimate Partner Violence, Gender, and Criminalisation:

An Overview of American Debates. *Revue Française De Sociologie (English Edition)*,56(2), 264-287. <http://www.jstor.org/stable/90007824>

Buzawa, E. S., & Buzawa, C. G. (2003). *Domestic violence: The criminal justice response*.

Sage.

Cassidy, L. (2019). Body Shaming in the Era of Social Media. *Interdisciplinary Perspectives*

on Shame: Methods, Theories, Norms, Cultures, and Politics, 157.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid.

- Carpenter, C. R., & Sherbino, J. (2010). How does an “opinion leader” influence my practice?. *Canadian Journal of Emergency Medicine*, 12(5), 431-434.
- Carvajal, C. (2002). Trastorno por estrés postraumático: aspectos clínicos. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 40, 20-34.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género. (2014). *La violencia de género contra las mujeres en Ecuador: Análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres*. El telégrafo.
- Coomaraswamy, R. (2005). Human Security and Gender Violence. *Economic and Political Weekly*, 40(44/45), 4729-4736. <http://www.jstor.org/stable/4417359>
- Costales, J. (2000). *¿Por qué te amo país? Del derrotismo a la esperanza activa*. Quito.
- Cuervo, M., & Martínez, J. (2013). Description and characterization of Violence cycle that arises in couples relationship. *Revista Tesis Psicológica*, 8, 1.
- Davison, P. (2012). The language of internet memes. In: Mandiberg M (ed.) *The Social Media Reader*. New York University Press, 120–136.
- De Aguilera, M., & Casero-Ripollés, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 16(1), 1-21.
- Doncel, E. B. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (35), 21-45.

- Dye, T. R., & DiNitto, D. M. (1983). *Social welfare: Politics and public policy*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Ferrales, G., Brehm, H., & Mcelrath, S. (2016). Gender-based violence against men and boys in Darfur: The Gender-Genocide Nexus. *Gender and Society*, 30(4), 565-589.
<http://www.jstor.org/stable/24756217>
- Fundación Estudios e Investigación de la Mujer. (2016). Escuchalo. Para detectar el maltrato hacia mujeres a tiempo. *Fundación Estudios e Investigación de la Mujer*.
<http://feim.org.ar/2016/03/22/escuchalo/>
- García, F. E., Wlodarczyk, A., Reyes Reyes, A., San Cristóbal Morales, C., & Solar Osadey, C. (2014). Violencia en la pareja, apoyo social y bienestar psicológico en adultos jóvenes. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 12(2), 246-265.
- Guadix, M. G., Borrajo, E., & Zumalde, E. C. (2018). Abuso, control y violencia en la pareja a través de internet y los smartphones: características, evaluación y prevención. *Papeles del psicólogo*, 39(3), 218-227.
- Harris, A. (2000). Gender, Violence, Race, and Criminal Justice. *Stanford Law Review*, 52(4), 777-807. doi:10.2307/1229430
- Indera Consultoría de Género. (2009). *Género y medios de comunicación*. Madrid.
- Jayo, L. (01 de febrero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.
- Jiménez, S. (29 de enero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.

- Karaian en Jane, E. A. (2017). Feminist digilante responses to a slut-shaming on Facebook. *Social Media+ Society*, 3(2), 2056305117705996.
- Kelly, V . (citado en Almendros et al). (2009). Abuso psicológico en la pareja: aportaciones recientes, concepto y medición. *Psicología Conductual*, 17(3), 433-451.
- Kendall, S. y Tannen, D. (2015). Discourse and Gender en *The Handbook of Discourse Analysis*. Chichester, pp. 639-660.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: UNAM
- Larrosa, M. P. (2010). Violencia de género: violencia psicológica. *Foro: Revista de ciencias jurídicas y sociales*, (11), 353-376.
- Lim, M., Carrotte, E., & Hellard, M. (2016). The impact of pornography on gender-based violence, sexual health and well-being: What do we know? *Journal of Epidemiology and Community Health* (1979-), 70(1), 3-5. <http://www.jstor.org/stable/44017657>
- Martens, C. (22 de febrero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.
- Milner RM (2012) *The world made meme: Discourse and identity in participatory media*. PhD thesis, University of Kansas.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2019). Campaña "La violencia se disfraza de amor". *Plataforma Digital Única del Estado Peruano*. <https://www.gob.pe/institucion/mimp/campañas/655-campana-la-violencia-se-disfraza-de-amor>
- Muñoz, A., De Paz, C. & Revenga, A. (2015). La participación laboral de las mujeres. ¿Por qué es importante? ¿Qué funciona mejor para promoverla e incentivarla? *Economía*,

género y desarrollo: enfoques e iniciativas hacia la igualdad, pp. 39- 63.

<https://www.ucm.es/data/cont/docs/442-2019-01-30->

[Cuaderno_de_genero_4_2016.pdf](#)

Ocampo-Alvarez, Estrada-Pineda, Chan-Gamboa. (2018). Violencia psicológica en noviazgos de adolescentes y jóvenes mexicanos. *Revista de Educación y Desarrollo*, 47, pp. 27-33.

Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>

Organización Mundial de la Salud. (2017). *Violencia contra la mujer*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>

Organización Mundial de la Salud. (2017). Temas de salud. 10 datos sobre la prevención de la violencia. <https://www.who.int/features/factfiles/violence/es/>

Organización Mundial de la Salud. (2013). *Prevalence and health effects of intimate partner violence and non-partner sexual violence*: Organización Mundial de la Salud.

Organización Mundial de la Salud & Organización Panamericana de la Salud. (2013). *Comprender y abordar la violencia contra las mujeres: violencia sexual*. Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/98821>

Quiroz, N. (28 de enero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.

Ramírez, G. (01 de febrero de 2021). [Comunicación personal]. Quito.

Organización Mundial de la Salud. (2005). *Estudio multipaís de la OMS sobre salud de la mujer y violencia doméstica : Resumen del informe*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.

Organización Mundial de la Salud. (s/f). Temas de Salud. Violencia
<https://www.who.int/topics/violence/es/>

Perela, M. (2010). Violencia de género: violencia psicológica. *Foro: Revista de ciencias jurídicas y sociales*, (11), 353-376.

Pérez Contreras, M. D. M. (2005). Aproximación a un estudio sobre vulnerabilidad y violencia familiar. *Boletín Mexicano de derecho comparado*, 38(113), 845-867

Pérez Martínez, V. T., & Hernández Marín, Y. (2009). La violencia psicológica de género, una forma encubierta de agresión. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 25(2), 0-0.

Rai, T., Valdesolo, P., & Graham, J. (2017). Dehumanization increases instrumental violence, but not moral violence. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(32), 8511-8516. doi:10.2307/26486914

Real Academia Española. (s.f.). Aislamiento. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/aislamiento>

Real Academia Española. (s.f.). Servil. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/servil>

Rivas, M. M., Roldán, P. C., Monreal-Gimeno, C., & Povedano, A. (2015). Violencia de pareja online y offline en la adolescencia: el rol de la soledad y del género. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, (9), 85-97.

- Rodríguez-Carballeira, A., Almendros, C., Escartín, J., Porrúa, C., Martín-Peña, J., Javaloy, F. y Carrobes, J. A. (2005). Un estudio comparativo de las estrategias de abuso psicológico: en pareja, en el lugar de trabajo y en grupos manipulativos. *Anuario de Psicología*, 36, 299-314.
- Rodríguez, S. (2015). Violencia en parejas jóvenes: estudio preliminar sobre su prevalencia y sus motivos. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 25, 251- 275. doi: 10.7179/PSRI_2015.25.11 <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/violence-against-women>
- Roodt, K. (2015). *(Re) constructing body shaming: Popular media representations of female identities as discursive identity construction* (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).
- Ryan, M. (2010). *Cultural Studies: A practical introduction*. Wiley-Blackwell
- Servaes, J. (Ed.). (2007). *Communication for development and social change*. SAGE Publications India.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT press.
- Sweet, P. L. (2019). The sociology of gaslighting. *American Sociological Review*, 84(5), 851-875.
- Toro, J. A. O. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social/Strategic communication for social advertising campaigns. *Pensar la publicidad*, 4(2), 169.
- Troya, M. (1995). *No soy machista, pero...*: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista signos*, 39(60), 49-74.

- Vega Gonzáles, J. (2011). El problema de las mujeres que sufren maltrato en la relación de pareja.
- Walby, S. and Towers, J. S. (2017). Measuring violence to end violence: mainstreaming gender. *Journal of Gender-Based Violence*, 1(1),13. doi: 10.1332/239868017X14913081639155
- Walby, S., Towers, J., Balderston, S., Corradi, C., Francis, B., Heiskanen, M., . . . Strid, S. (2017). Conceptualizing violence and gender. *The concept and measurement of violence* (31-56). Bristol University Press. doi:10.2307/j.ctv47w5j0.8
- Walby, S., Towers, J., Balderston, S., Corradi, C., Francis, B., Heiskanen, M., . . . Strid, S. (2017). Different forms of violence. *The concept and measurement of violence* (57-102). Bristol University Press. doi:10.2307/j.ctv47w5j0.9
- Yugueros, A. (2015). Mujeres que han padecido malos tratos en las relaciones de pareja: el ciclo de la violencia. *Revista Poiésis*, 30, 13-19.
- Zalles, J. (2004). *Barreras al diálogo y al consenso*. Editorial Norma.