

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de Comunicación “SOMOS”

**Camila Alejandra Méndez Segarra
Christopher Castro Salcedo**

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

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

Quito, 18 de Mayo de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

La Xenofobia y sus efectos en la comunidad

Camila Alejandra Méndez Segarra

Cristopher Castro Salcedo

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 18 de Mayo de 2022

© 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 la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Camila Alejandra Méndez Segarra
Cristopher Castro Salcedo

Código: 00206700
00200672

Cédula de identidad: 0924237027
1719810978

Lugar y fecha: Quito, 18 de Mayo de 2022

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UNPUBLISHED DOCUMENT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>.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, sobre todo a mi mamá que ha hecho todo para que esto pueda cumplirse y siempre confió en mi desde el primer día. A mi novio que me apoya siempre en cada cosa que haga y nunca deja que me rinda y, por último, a todas las personas que fueron parte del proceso, gracias por escuchar y apoyar cada idea loca que quería hacer realidad.

- Camila

A mis padres, por ser mi apoyo en todo momento, y que me han ayudado a que todo lo que he conseguido sea posible. A mi hermano que es mi principal apoyo en cada nuevo objetivo que tengo. A mis abuelitos quienes me han dado ese aliento que siempre fue importante para seguir adelante ante cualquier problema y por último a mis amigos y compañeros que fueron parte de este proceso por apoyarme y lograr juntos lo que nos proponemos.

- Cristopher

Queremos también agradecer a María José Enríquez porque ha sido una excelente mentora que nos ha apoyado en cada parte de este largo camino, sin ella no podríamos estar donde estamos ni haber logrado la infinidad de cosas que hemos hecho.

- Camila y Cristopher

RESUMEN

Esta investigación pretende definir el concepto de xenofobia, entendido como un concepto que tiene su acción desde un punto de vista grupal, analizando tanto al grupo nacional, que es quien realiza la xenofobia, como al grupo extranjero que son quienes reciben la xenofobia. El principal objetivo del trabajo es poder enfocar a la comunicación como agente de cambio, enfatizando la comunicación para el cambio social, siendo dentro de esta, la comunicación comunitaria y los cultural studies, conceptos que aportan herramientas importantes para realizar el cambio social. Y mediante esta función, dialogar con extranjeros residentes en la sociedad, para poder resaltar sus valores e identidad ante la sociedad.

Palabras clave: discriminación, xenofobia, cambio social, grupos, comunidad.

ABSTRACT

This research aims to define the concept of xenophobia, understood as a concept that has its action from a group point of view, analyzing both the national group, which is the one who performs xenophobia, and the foreign group, who are the ones who receive xenophobia. The main objective of the work is to be able to focus on communication as an agent of change, emphasizing communication for social change, being within this, community communication and cultural studies, concepts that provide important tools to carry out social change. And through this function, dialogue with foreigners residing in society, in order to highlight their values and identity before society.

Key words: discrimination, xenophobia, social change, groups, community.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	10
Capítulo 1: La Xenofobia	13
1.1 ¿Qué es la Xenofobia?	13
1.2 Nacionalismo y Xenofobia	18
Capítulo 2: Efectos psicológicos de la Xenofobia.....	23
2.1 Xenofobia y psicoanálisis	23
2.2 La Xenofobia, un caso grupal.....	27
2.3 Efectos psicológicos en quien recibe la xenofobia	30
Capítulo 3: Comunicación y Xenofobia	33
3.1 Comunicación para el cambio social	33
3.2 Comunicación comunitaria.....	36
3.3 Cultural studies y xenofobia	38
Conclusiones.....	42
Capítulo 4: Campaña de Comunicación	42
4.1 Investigación Cualitativa	44
4.2 Propósitos de la investigación.	44
4.2.1 Principales hallazgos:	46
4.3 Conclusiones de la investigación.....	47
4.4 Campaña SOMOS	47
4.4.1 Concepto	48
4.4.2 Logotipo.....	48
4.4.3 Justificación	49
4.4.4 Tono:.....	49
4.4.5 Mapa de públicos	49
4.5 Actividades:	49
4.6 Matriz de Públicos	50

4.7 Planificación de la campaña	50
4.7.1 Fases	50
4.7.2 Objetivo general	51
4.7.3 Objetivos específicos	51
4.7.4 Estrategia	51
4.7.5 Tácticas	52
4.7.6 Planificación digital	53
4.7 Ejecución de la campaña	53
4.8 Resultados e impactos	54
4.9 Gestión de medio de comunicación y Relaciones Públicas	54
4.10 Logros no esperados	54
4.11 Conclusión y Recomendaciones	55
Referencias	56

Introducción

La xenofobia hace referencia al miedo hacia los extranjeros, la xenofobia también suele utilizarse hacia la forma de rechazo hacia los grupos étnicos diferentes o hacia las personas cuya fisonomía social, cultural y política se desconoce (Garza, 2011).

En Ecuador, según los últimos datos publicados por la ONU en 2019, 381.507 de inmigrantes han ingresado al país; esto representa un 2.21% de la población ecuatoriana en el cual en su mayoría son hombres que vendrían a ser el 51.67% de los inmigrantes totales.

Según Datos Macro (2020), los principales inmigrantes en el país provienen de Colombia (50.21%), Estados Unidos (6.92%) pero también actualmente se puede evidenciar bastantes inmigrantes de Venezuela. “Se estima que el país acoge alrededor de 443 mil venezolanos, lo cual posiciona a Ecuador como el cuarto país de la región con mayor número de ciudadanos venezolanos en su territorio”. Es por esta razón que la xenofobia es un tema importante dentro de nuestro país, al ser una población considerable, su bienestar es importante para que el país alcance un desarrollo pleno socialmente.

Apoyándonos en el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 10, el cual es “Reducción de las desigualdades”, queremos enfocarnos en que no debería existir una desigualdad en un sentido discriminatorio hacia las diferentes personas del mundo que migran a nuestro país. De igual forma, apoyarnos en el ODS número 3, el cual es “Salud y Bienestar”, ya que la xenofobia afecta gravemente a la salud mental de la persona a la cual se le realiza este tipo de discriminación. La importancia de que todos sean vistos como iguales es fundamental, sin importar el estatus migratorio o el país de donde provengan; todos deberían entender que somos personas iguales al final del día.

En cuanto al tema académico, la xenofobia es un problema que tiene sus causas principalmente en el ámbito psicológico, en donde es interesante poder comprender cuál es la razón por la que las personas tienen un rechazo ante las costumbres y forma de vida de los extranjeros. Además, a esto se suma a que muchas veces son los mismos extranjeros quienes buscan agruparse, dentro del país que les acoge, con otros compatriotas, haciendo que sea más complicada su adaptación al nuevo país donde residen.

Creemos que la comunicación es el primer paso por el cual se puede evitar conductas violentas o perjuicios físicos a causa de la xenofobia, ya que al ser un problema que se basa en la mentalidad de los individuos, creemos que podemos crear un producto comunicacional, que en este caso va a ser una campaña, la cual contenga las fases de expectativa, informativa y de recordación para que los ciudadanos quiteños, entiendan de mejor manera a los extranjeros que viven en la ciudad y que de esa forma sea posible una convivencia pacífica entre ambos actores.

En cuanto al ámbito profesional, creemos que la comunicación y específicamente muchas de las teorías comunicativas pueden ayudar y aportar con esta problemática sumamente importante, la cual es la Xenofobia, especialmente las que tienen que ver con la comunicación de masas, son imprescindibles para el tema que queremos tratar, ya que además de que en muchos casos son las mismas las que ocasionan un rechazo a los extranjeros, pueden ser estos medios importantes para poder acercar la cultura de otras nacionalidades a la nuestra y demostrar que la población en cuestión es lo suficientemente grande como para impactar en la economía y en la sociedad tanto quiteña como ecuatoriana.

En tercer lugar, se encuentra el ámbito social; creemos que es muy importante abordarlo en este sentido ya que claramente se evidencia un rechazo muy fuerte por parte

de los ecuatorianos hacia extranjeros que hacen su vida en Ecuador. Si bien es cierto no todos los ecuatorianos son de esa manera, si existe una gran cantidad de habitantes que trata de esa forma a los inmigrantes, especialmente a los venezolanos los cuales últimamente han empezado a llegar al país para hacer su vida, ya que en su país de origen no pueden lograrlo.

Finalmente, es importante recalcar que estos tres ámbitos ya mencionados anteriormente son pilares fundamentales para poder realizar nuestra campaña de comunicación y que el mensaje llegue de una mejor manera a los ciudadanos ecuatorianos, especialmente quiteños, que son los cuales nos vamos a enfocar. Pensamos que al demostrar con hechos lo anteriormente mencionado podemos hacer que las personas sean más conscientes de la xenofobia que se puede evidenciar en el país y que puedan reflexionar un poco sobre los actos mencionados.

Capítulo 1: La Xenofobia

1.1 ¿Qué es la Xenofobia?

La Xenofobia es un concepto difuso para la comunidad científica y psicológica, y es que es un concepto que se lo considera muy grande para todo lo que abarca. Bouza nos dice que el concepto de Xenofobia, se deriva del griego xenos, el cual significa ajeno, extraño o extranjero y el griego fobos, que significa miedo, fobia, aversión. En donde se puede ver que, semánticamente, el término se le puede atribuir a cualquier miedo, fobia o aversión hacia un extranjero, pero también a un ajeno o a un extraño (Bouza, 2002). Desde este punto de vista, la primera característica que se puede inferir de este concepto, es que la xenofobia, implica un sentimiento hacia alguien que es un ajeno, es decir es un sentimiento de aversión hacia una persona que no se conoce totalmente, por esa razón se considera ajeno.

Por lo que, para poder definir correctamente la palabra, es importante saber que xenofobia es sinónimo de discriminación, concepto que según la RAE significa “Dar trato desigual a una persona o colectividad” (RAE, 2020).

En este sentido Bouza nos plantea que la Xenofobia es, “el rechazo y/o discriminación del que viene de fuera del grupo de pertenencia, esencialmente del grupo de pertenencia nacional” (Bouza, 2002). Con esta definición podemos darnos cuenta de que la xenofobia involucra la formación de un grupo y de la conciencia de grupo que se forma en el mismo, es por esa razón que más adelante entraremos a mayor detalle acerca de este tema.

Dentro de este concepto, Bouza nos dice que, por su naturaleza al ser considerada una discriminación, la Xenofobia es tratada junto con otro tipo de discriminaciones, por organismos internaciones, como puede ser el racismo, sexismo, clasismo, etc. Es por esta

razón, nos dice Bouza, que el concepto se suele generalizar a cualquier caso y a cualquier situación que involucre un extranjero.

A pesar de que hay casos en donde se mal interpreta esta discriminación, por ejemplo, un extranjero que sube de clase social y deja de ser discriminado por el grupo, es un ejemplo de que el mismo sufrió de clasismo y no de xenofobia.

Bouza nos dice que el concepto de xenofobia, dicho por los organismos internacionales, le limitan hacia una discriminación basada en la etnia, dejando de lado las condiciones sociales y económicas de vida de estos extranjeros. Esto hace que la xenofobia sea considerada, en su punto de vista, como un problema político, el cual puede ser una oportunidad para los políticos, como veremos más adelante.

Otro de los conceptos importantes para poder definir la xenofobia, es el que nos plantea el informe de la United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD), en donde el foco principal es desmentir una creencia social popular. Y es que se dice, popularmente, que la xenofobia es un factor identitario y racial, el cual se aprende principalmente por la diferencia que existe racialmente en el mundo, lo cual crea la necesidad de dividir a los humanos según la raza. Esta división hace que se promueva la xenofobia y por ende la misma es un concepto natural del ser humano.

Por esa razón la UNRISD dice que, según las investigaciones científicas, el 99,9% de los rasgos genéticos humanos son iguales. Por lo cual no se puede decir que el ser humano podría ser dividido en sus diferencias biológicas (Bouza, 2002).

Este concepto popular tiene un origen histórico, que creció fuertemente con el nazismo, y las teorías de que existía una raza superior y una raza inferior, por lo que el deber de la raza superior era mantener su raza. Y es algo que se ha visto que ha ganado fuerza a lo largo de la historia, especialmente en países nacionalistas como los nórdicos

o los asiáticos, por lo que puede ser una posible causa como lo analizaremos posteriormente.

Otro concepto interesante acerca de la Xenofobia es el que nos propone Herranz, según el cual entendemos por xenofobia, “el comportamiento o actitud que desarrolla un grupo social o étnico frente al temor o prevención respecto de otros grupos a los que les considera extranjeros” (Herranz, 2008).

A diferencia de los conceptos que hemos visto anteriormente, Herranz define directamente a la xenofobia como un temor hacia los extranjeros. Es por esa razón, que dice que el concepto de xenofobia no puede estar ligado al de racismo, ya que hablar de temor o prevención involucra las acciones, mientras que el racismo es una ideología, la cual involucra organizaciones políticas que la sustenten.

Teniendo esto en cuenta, se puede decir que para Herranz, la xenofobia es un concepto que se basa principalmente en la acción y la intolerancia, en lo que dice es un grupo social.

Este concepto de grupo se repite con el concepto que nos proponía Bouza, pero Herranz añade un concepto importante: el desarrollo. Al hablar de que es una acción que se “desarrolla”, hablamos acerca de una cultura de grupo, y su unión, por lo que, de esta manera, no se puede decir que, la xenofobia, es una discriminación que se construye personalmente en la cabeza de un individuo, sino que involucra una construcción grupal y la creación de una conciencia de grupo enfocada hacia el rechazo al extranjero.

En este concepto de Herranz, se puede decir que es importante conocer el origen de la creación del grupo, y cuál es la tarea que busca cumplir el mismo, ya que el hecho de que la xenofobia sea un concepto inherente a la conciencia de un grupo social específico, significa que todos los nuevos miembros del grupo, que en estos casos serían nuevas

generaciones quienes tendrán a otros miembros del grupo como grupo primario de información, nacerán con estos conceptos arraigados en su naturaleza.

Esto puede parecer que se contraponga contra el concepto de xenofobia que plantea la UNRISD, pero en realidad son conceptos complementarios, ya que los dos conceptos nos hacen entender como la xenofobia es un concepto que tiene como origen, la psicología humana, especialmente la formación de grupos y su conciencia, rechazando a la biología como una posible explicación de la misma. Esto nos da un punto de partida importante para poder abordar el tema, ya que se rechaza la idea de que existe una desigualdad biológica humana, pero enfatiza en que la verdadera división humana es identitaria y cultural.

Por otro lado, Rodrigo Borja nos propone otra definición acerca de lo que significa conceptualmente la Xenofobia, según él la xenofobia, “no solo denota una aversión enfocada al extranjero, sino además el temor obsesionante de su presencia. Ella implica odio y miedo juntos” (Borja,1997). Esta definición es muy importante para conocer de mejor manera cuales son los efectos psicológicos que conducen a un grupo a ser xenófobos. Siendo muy importante tener en cuenta que la xenofobia muchas veces no parte desde el odio hacia los extranjeros, algo que es más frecuente en otro tipo de discriminaciones, sino que se enfoca también en el miedo hacia ellos y hacia su presencia, siendo un miedo obsesivo e irracional, según Borja, por lo cual el los miembros de la comunidad étnica evitan a toda costa el acercamiento de diferentes grupos extranjeros.

Adicionalmente a este concepto Isidro Cisneros nos dice que la xenofobia proviene de, “racionalizar la antipatía que despiertan los miembros de otras comunidades” (Cisneros, 2001), en donde un grupo atribuye a otro grupo humano cualquiera, que en este caso son los extranjeros, una serie de defectos, los cuales nacer de la imparcialidad y el prejuicio. Sentimiento que, según Cisneros, ha existido desde los inicios de las

ciudades, ya que los antiguos griegos solían llamar “bárbaros” a los extranjeros, además de que a pesar de que jugaron un papel importante en la creación y fortalecimiento de Atenas, no contaban con un status de ciudadano por haber nacido en una ciudad extranjera. A pesar de que estas expresiones son consideradas xenófobas, Cisneros nos dice que es importante aclarar que la xenofobia del pasado es diferente a la presente, siendo una de las razones por las que es difícil definir el término, en el sentido en el que antiguamente la xenofobia implica considerar a los extranjeros como inferiores a los ciudadanos de la ciudad, pero no se lo consideraba un enemigo, como sí se lo hace en la actualidad.

Esto implica que actualmente, se considere que el extranjero es un individuo que no solo se debe de controlar, sino que también se lo debe marginar de la ciudad. Es en esta diferencia en donde se explica de mejor manera el concepto de miedo irracional que nos propuso Borja, ya que es el miedo que se le tiene al extranjero, basado en esta definición de rasgos irracional, que nos propone Cisneros, la que hace que el grupo busque separar o marginar a quien considera una amenaza para su unificación grupal, tal y como veíamos anteriormente en la definición de Herranz.

Cuando se habla de rechazo, el nacionalismo toma gran parte de esto ya que tiende a rechazar lo diferente y aquí es donde entraría la xenofobia.

En resumen, tomando en cuenta todos los autores que se ha abordado, se puede definir a la xenofobia como el odio o temor, expresado de forma grupal desde un grupo etnográfico, hacia otro grupo etnográfico considerado como extranjero, creando una barrera para su inclusión y muchas veces, a diferencia de otras discriminaciones, se expresa mediante la acción.

1.2 Nacionalismo y Xenofobia

En el concepto de xenofobia que se trató anteriormente, es muy importante el concepto de grupo, y específicamente de un grupo étnico, basado en lo que se considera como nación. Bergere nos dice que nación viene del vocablo latín “natio”, que significa lugar de nacimiento, que se refiere al conjunto de los habitantes de un país regido por el mismo gobierno o el mismo territorio (Bergere, 2018).

Este concepto nos dice que la nación es un conjunto de “habitantes”, enfocándolos como un grupo. De este concepto de nación nacen dos conceptos de pertenencia, los cuales son nacionalismo y patriotismo.

Bergere propone que la principal diferencia entre el nacionalismo y el patriotismo es que el patriotismo asume la pluralidad y la diversidad, mientras el nacionalismo disgrega la sociedad o el estado, es decir que, como propone Bergere, el patriotismo es incluyente, mientras que el nacionalismo es excluyente (Bergere, 2018).

Estos dos conceptos, como propone Bergere, generan diferentes niveles de vínculos afectivos o sentimientos de pertenencia a la nación. Es por esa razón, que este concepto está ligado a la xenofobia, desde el punto de vista grupal. Ya que estas expresiones, especialmente el nacionalismo, crean un vínculo por el cual los miembros de la nación se unen al grupo etnográfico descrito anteriormente.

El nacionalismo, según los científicos sociales, el nacionalismo, “reviste estados afectivos exacerbados reforzados por expresiones y actividades políticas. Por esa razón muchas ideas inherentes se desarrollan en torno a la construcción de una nación y de una alteridad enemiga y diabolizadas” (Bergere, 2018).

Esteban Ibarra, presidente del movimiento contra la intolerancia, propone que todo nacionalismo, “está estimulado por un sentimiento identitario al que se le confiere

una situación de permanente peligro, ante la pérdida de sus señales culturales, religiosas o políticas” (Ibarra, s.f.).

Siendo está la razón del miedo irracional del que hablaban algunos autores anteriormente, siendo una de las causas de la xenofobia.

Tal y como nos plantea Ibarra y Bergere, el nacionalismo es un sentimiento que se impulsa por medio de acciones políticas, en donde el líder quiere aprovechar este sentimiento de unión que se genera, recordando que el nacionalismo busca excluir. Esta exclusión, que propone Bergere, genera un mito alrededor del enemigo que es diabolizado por parte del líder del grupo nacional, generando un miedo y rechazo hacia el mismo, que se expresa en la xenofobia.

Un ejemplo de este comportamiento, es el que se vivió en Ecuador recientemente, en el año 2019 con el asesinato de Diana en la ciudad de Ibarra.

En enero de 2019, un ciudadano venezolano, asesinó a Diana ante la mirada de la policía y algunos ciudadanos que se acercaron al lugar. Posteriormente a este suceso, el presidente Lenin Moreno escribió por medio de Twitter un comunicado, en donde apelaba al nacionalismo ecuatoriano, señalando que Ecuador es, “un país de paz y que no va a permitir que un antisocial nos la arrebate”. Tras estas palabras, dispuso la medida de controlar las brigadas venezolanas, buscando crear un “permiso especial” para su ingreso al país (GK, 2019).

Este discurso hizo que existan ataques hacia la comunidad venezolana instalada en la ciudad de Ibarra, culpándolos por la violencia que había en el país recientemente.

Sin embargo, el nacionalismo tiende a hacer que las personas se traten de forma diferente por la manera en la cual tienen sus ideales y su forma de pensar. Ahora tomando en cuenta la xenofobia y el nacionalismo, son dos conceptos que al ir de la mano puede

tener un gran peso en la comunidad y hace que la xenofobia de alguna manera sea mucho más marcada en el país y en la ciudad de Quito en la cual vamos a analizar este proceso.

Hablando del ejemplo propuesto anteriormente, se puede inferir de que las personas creen mucho en lo que las élites del poder, así como en este caso el presidente de la República del Ecuador menciona. Cabe recalcar que en Ecuador existen cientos de casos de femicidios, así como también de violencia y asesinato; y estas son cosas que quedan impunes día a día y por las cuales el presidente no se pronuncia de la misma manera en la cual se pronuncia por aquel venezolano.

Esto dejando en claro de que siguiendo lo que el presidente dice, las personas tienden a seguir su forma de pensar y lo que sus discursos xenofóbicos digan ya que como es alguien de poder y está a cargo del país en el cual se habita, saben que él es una persona en la cual se podría decir “se puede confiar” porque a fin de cuentas él es el presidente y sabe por qué dice y hace las cosas por el bienestar de la comunidad y de la ciudad de Quito.

“El nacionalismo es una materia maleable y por lo tanto las élites políticas lo usan según les interesa” (Núñez, 2020). Esto técnicamente se ha convertido en el discurso de día a día para así manejar al pueblo como les convenga. Al Presidente se la hace tan fácil realizar esto y a su vez fomentar de cierta manera un rechazo hacia las personas migrantes de otros países, y no con esto me refiero solo a venezolanos sino también colombianos, cubanos y gente además que migre de otros países; existe este prejuicio por parte de este discurso elaborado por las élites del poder, de que toda persona extranjera que migre hacia el Ecuador, migra para matar, robar o quitar oportunidades laborales y dentro del país a los ecuatorianos, lo cual no es así de cierta manera.

Nuevamente, la identidad juega un papel fundamental tanto en el desarrollo de las personas, así como también de la ciudad en sí. Las personas que son xenófobas lo son en

diversos ámbitos ya sean sociales, económicos, políticos o culturales; es aquí cuando también se nota, así como ya se mencionó anteriormente, que los nacionalismos son otro tipo de discriminación hacia las personas migrantes. Es así que tienden a rechazar a los extranjeros, por sus ideales y formas de hacer o ver las cosas de manera diferente. Es como si las personas tuvieran esa necesidad de proteger su país y por ende toda su cultura, así como las personas que pudieran habitarlo y situaciones afines.

Es así como nuevamente se puede mencionar lo de las élites y el nacionalismo. Como ya se mencionó, los ecuatorianos o en este caso los quiteños tienen ese sentido de pertenencia y de que esta ciudad les pertenece únicamente a ellos, por lo cual no se sienten bien con migrantes dentro de su mismo círculo o territorio. hablando también del prejuicio que les tienen y se piensa que todos son iguales, pero no es así y no tiene por qué ser así. Técnicamente se debería de imaginar y reflexionar asimismo de que cada persona tiene que usar su criterio propio y aprender a juzgar a las personas en base a sus propias experiencias, lo que ha vivido y experimentado; así dándose cuenta que cada persona debe tener un criterio propio y no simplemente seguir lo que le dicen o simplemente estar de acuerdo con la opinión popular de una manera en la cual “apoyen” a la Xenofobia o discriminación de los extranjeros sin antes tener una razón “válida” por decirlo así, de por qué odiar a esas personas y por qué marginarlas de esa manera tan atroz.

Es importante saber que el nacionalismo no siempre está asociado con la violencia, pero existen casos en los cuales sí se ven netamente involucrados ambos conceptos en una misma situación. Como se mencionó, no siempre existe violencia con el nacionalismo, en cambio hay situaciones donde la paz es una buena opción para así poder llevar una buena relación entre ambos grupos.

Entrando a la psicología de las personas dentro de esta situación, no existen pruebas socio psicológicas que impidan que la violencia surja a partir del nacionalismo

impuesto. Claramente cabe recalcar que cada persona es un mundo distinto y si se piensa en la ciudad de Quito, existen muchos mundos dentro de un mismo establecimiento, por ende, es prácticamente imposible saber cómo reaccionaría cada persona al realizar actos de xenofobia y nacionalismo, ya sea de forma violenta o pacífica. De igual manera las personas a las cuales afecta la xenofobia también tienen maneras de pensar diferente los unos de los otros, tomando en cuenta de que la cultura que tendrían sea diferente y los haga actuar de una manera distinta acerca de esto. Por ambas partes podría ser un 50/50 de probabilidades de que sería lo que les afecta y cómo se sienten al respecto sobre esto, generando esta incertidumbre a partir del nacionalismo generado en base a los extranjeros y como se relaciona directamente con la Xenofobia aplicada.

Capítulo 2: Efectos psicológicos de la Xenofobia

2.1 Xenofobia y psicoanálisis

En el capítulo anterior, se pudo conocer la definición de la xenofobia y cómo esta se expresa dentro de la sociedad. A pesar de que la definición de xenofobia, propuesto anteriormente, tiene como principal sujeto de acción las agrupaciones sociales, la xenofobia tiene su origen psicológico individual, el cual se expresa como una acción cuando se agrupa, tal y como se verá posteriormente.

Siguiendo en esta línea, Sigmund Freud, quien es considerado el padre del psicoanálisis, propone al “narcisismo de las pequeñas diferencias”, como una de las razones de este comportamiento. Es importante recordar que Sigmund Freud tiene raíces judías, por lo cual tuvo que huir de Austria en el momento en el que los nazis conquistaron dicho país, y es en este momento en donde Freud se interesó por este tema (Ramírez, 2021).

El “narcisismo de las pequeñas diferencias”, propuesto por Freud, dice que los países que están más cercanos, y por ende tienen características más similares, tienden a crear antagonismos más fuertes, que muchas veces es expresado por medio de actos no violentos físicamente como son los chistes. Y es que Freud nos dice, “Pues bien, ahí se discierne una satisfacción relativamente cómoda e inofensiva de la inclinación agresiva, por cuyo intermedio se facilita la cohesión de los miembros de la comunidad” (Rivera, 2011).

En esta afirmación, Freud habla acerca de una satisfacción de la inclinación agresiva, lo cual enfatiza la idea de que estas acciones, que él las describe como “cómodas e inofensivas”, pueden satisfacer relativamente la inclinación agresiva que existe por parte de una persona perteneciente a un grupo social. Llevándolo al terreno de la

xenofobia, Freud nos dice que la xenofobia puede encontrar su causa psicológica, en la inclinación agresiva que existe en los miembros del grupo nacional, en contra de otro grupo con una nacionalidad distinta. Esta inclinación agresiva se ve potenciada, por el narcisismo de cada grupo nacional, en donde se exageran las cualidades del mismo en relación a las del otro grupo, tomando como referencia las, llamadas por Freud, “pequeñas diferencias”, que separan a un grupo de otro.

A pesar de esta inclinación agresiva, Freud también dice que la misma puede ser relativamente satisfecha por medio de actos no ofensivos, pero tal y como dice la cita esta satisfacción es relativa, por lo cual esa pequeña diferencia se puede ver potenciada si la misma se expresa a nivel grupal (Rivera, 2011).

Por otro lado, estas expresiones en contra del otro grupo nacional, según Freud, son importantes para poder mantener la cohesión social de los miembros del grupo, llevándonos al nacionalismo y la causa que se habló en el capítulo anterior.

Un ejemplo de este fenómeno psicológico es el que se vio en la antigua Yugoslavia, y es que a pesar de que Yugoslavia fue un país que tuvo una duración de más de 10 años, su separación causa una gran disputa entre sus antiguos miembros. Es aquí en donde se expresa el narcisismo de las pequeñas diferencias, en donde cada país miembro de la antigua Yugoslavia, busco exagerar sus diferencias con sus países vecinos como una forma de cohesión grupal ante un nuevo escenario como país autónomo (Rivera, 2011).

Freud presentó una teoría que explica claramente como la xenofobia llega a los individuos psicológicamente, pero para poder entender de mejor manera este proceso, es importante conocer un paso anterior a esta propuesta y es aquí en donde la teoría de Jacques Lacan es muy importante.

Lacan habla acerca de la construcción paranoica del yo, la cual se basa en la obra de Salvador Dalí. Esta teoría dice que el yo se construye mediante el reflejo del niño, el yo, en el espejo, en donde el niño se reconoce a sí mismo, pero además de esto reconoce lo que está ajeno a él, viéndolo como una amenaza (Rivera, 2011). Esta diferencia crea una paranoia en el yo, por lo cual, Lacan nos dice que la paranoia ante lo diferente no es un elemento consciente que se pueda elegir, sino que aparece subjetivamente dentro del sujeto. (Rivera, 2011)

Esta construcción del Yo se complementa con la teoría de Freud, ya que es la misma la que explicaría esta inclinación agresiva que existe por parte de los individuos desde un grupo social hacia otros, los cuales no son más que una forma de intentar erradicar la paranoia inherente que existe en nosotros.

Por otro lado, este concepto del yo nos da una causa importante de la xenofobia como un elemento de unificación grupal, y es que esta paranoia que nos propone Lacan, se expresa en todo momento, es decir tanto dentro como fuera del grupo nacional, por lo que psicológicamente para el sujeto reconocer a un grupo nacional como similar es una forma en la que puede intentar frenar esta paranoia individual, para poder hacerla colectiva, y de esa forma sentirse más seguro.

Esta expresión hace que sea más fuerte, la idea del nacionalismo y el ataque hacia lo que no entra dentro de lo que consideramos nuestro grupo, son una forma en la que el ser individual busca definir su yo y tener seguridad en relación al mismo (Rivera, 2011). Este abordaje nos permite tener una base para psicológicamente entender cuáles son las causas de la xenofobia, el cual continúa con la teoría de Dolores Castrillo, acerca del goce del Otro.

Castrillo nos habla acerca de “gocce del Otro”, concepto que engloba las diferentes costumbres, tradiciones, relaciones, etc., que son las acciones que usan los “extranjeros”

para vivir como un grupo. La fascinación de una persona fuera del grupo nacional, es llamada exotismo. Y es muy importante, ya que, tal y como dice Castrillo, el exotismo es muy normal en los diferentes grupos nacionales, ya que tal y como vimos anteriormente, lo diferente nos trae paranoia, la cual puede ser expresada como admiración y curiosidad cuando no lo vemos como una amenaza al encontrarse lejos de nosotros. Pero en el momento en el que el goce del otro traspasa nuestras fronteras, pasamos de tener admiración a considerarlo una amenaza y por consiguiente produce odio, expresado en la xenofobia (Mirat, 2018).

La causa de esto se basa en los conceptos de Freud y de Lacan, acerca de cómo el yo se vuelve paranoico y por consiguiente crea una agresividad que busca cohesionar el grupo ante la amenaza extranjera (Mirat, 2018).

En este sentido, Castrillo nos propone que el odio que tiene el sujeto es principalmente a que no gocen de la misma manera en la que goza el grupo, por lo cual el proceso de asimilación acerca de esta diferencia, crea este sentimiento de protección ante una amenaza para el grupo ya forma y su tarea, como lo veremos más adelante (Mirat, 2018).

Es en este momento en donde termina el proceso psicológico que lleva a un individuo a odiar a un extranjero, y es la razón de la expresión de la xenofobia, teniendo en cuenta que la misma no es una expresión individual, tal y como se dijo en el capítulo anterior, por lo cual es importante entender cómo se comporta un grupo.

2.2 La Xenofobia, un caso grupal

El psicoanálisis nos dio un proceso importante para poder conocer de mejor manera lo que sucede en el individuo, pero tal y como vimos en el primer capítulo, la xenofobia es una forma de discriminación que se expresa grupalmente, al ser el rechazo desde un grupo hacia otro. Es por esta razón que para poder comprender el efecto psicológico que existe por parte de un grupo xenofóbico, es necesario hablar sobre la psicología de las más.

En este sentido, Le Bon, nos dice que el principal rasgo de las masas, es que: “Cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su modo de vida, sus ocupaciones, carácter o su inteligencia, el mero hecho de hallarse trastornados en una masa los dota una especie de alma colectiva en virtud de la cual piensan, sienten y actúan de manera distinta a como lo harían de forma aislada (Le Bon, 1896).”

En donde Le Bon habla acerca de la actuación y la interacción que existe dentro de una masa, hablándonos de esta alma colectiva, la cual es capaz de quitar la individualidad a las personas y pone su actuación a virtud de lo que la masa decida.

Y es aquí en donde podemos conocer uno de los primeros rasgos importante de la xenofobia dentro del ámbito grupal, y es que tal y como vimos anteriormente, estos actos hacían los grupos desconocidos hace que exista una predisposición agresiva individual, la cual tenía como principal consecuencia, la cohesión del grupo nacional. En este sentido, es importante recordar la paranoia del yo, y entender cómo esta definición de masa, explicada por Le Bon, explica la razón por la que esta paranoia es expresada hacia las personas fuera de la masa o grupo, y es que al estar conectados como una misma alma, y carecer de un yo individual, esta paranoia se expresa en el yo del grupo, que en ese momento pasa a ser un individuo, a pesar de que está definido por muchas personas, los

cuales se ven más unidos por la paranoia que tienen hacia los extranjeros y hacia el goce del otro, que nos proponía Castillo.

Por otro lado, Freud añade que la psicología moderna nos dice que, “la vida consciente del espíritu representa sólo una mínima parte comparada con la vida inconsciente”. Es por esa razón por la que es muy importante el análisis del narcisismo del yo y de la paranoia del yo dentro de este efecto psicológico, ya que las personas inconscientemente están predeterminadas a tener una posición colectiva agresiva contra los extranjeros, de esta forma la xenofobia puede considerarse como una acción inconsciente para el grupo, relacionada a la paranoia y al narcisismo que existe dentro del grupo en contra de los diferentes (Freud, 1921).

Además, Freud nos habla acerca de la actuación agresiva de la masa, diciéndonos que la masa hace que los individuos pierdan la responsabilidad de sus actos, y la parte normativa del yo, llevándolo a basar sus actos en los impulsos, en la parte más impulsiva de su cerebro. De esta forma, los individuos dentro de la masa dejan de tener voluntad propia y son influenciados, anteponiendo las necesidades del grupo a las suyas (Freud, 1921)

Un ejemplo de este concepto de Freud, es el caso que sucedió en Ibarra del cual hablamos anteriormente, en donde la masa irracionalmente decidió atacar a un grupo extranjero, en este caso venezolanos, como respuesta a su enojo por el hecho sucedido y alentados por el impulso que generó en ellos las palabras del presidente, y la paranoia grupal en contra de actos similares de personas fuera de su grupo.

Por último, dentro de las masas, Freud nos dice que es muy importante, al momento de analizar una masa, la razón que une a sus miembros, ya que es el fin último del grupo, y por ende es lo que los mantiene unidos por una tarea y lo que les quita su factor individual. Dentro de la xenofobia, este factor puede ser muy diferente para cada

grupo nacional, y es que existen personas más radicales quienes buscan la eliminación de grupos extranjeros, mientras que existen otros grupos que buscan especialmente un control (Freud, 1921).

Ahora, tomando en consideración la posición que Marshall McLuhan tiene acerca del individuo, él considera a los medios de comunicación como un solo individuo. Es así como se tiene en una balanza a Freud y a McLuhan; es así como ponemos a consideración que según McLuhan los medios de comunicación son el líder que mueve a todo un grupo a realizar algo para que todos estén alineados al mismo concepto, el cual en este caso es la Xenofobia.

McLuhan afirma que la mayoría de las personas no son conscientes del ambiente que los medios generan, es así como se puede inferir que las personas simplemente realizan xenofobia porque ya escuchan este discurso que los medios de comunicación tienen preparado y se relaciona con el manejo de grupos, atrayendo así a muchas más personas a que se unan a realizar este tipo de discriminación.

Todo el concepto grupal unido al psicoanálisis que se realizó en el subcapítulo pasado, nos explican el efecto psicológico que existe dentro de una persona que realiza xenofobia, y además nos dice que es lo que sucede en su inconsciente para realizar diferentes acciones como la sucedida en Ibarra en 2019. Pero además es importante, ya que es una ruta que sirva a una persona fuera del grupo, para poder adaptarse al mismo y evitar sufrir actos de xenofobia, demostrándose que la xenofobia no es obligatoria en una sociedad, si no que el individuo puede acoplarse a la misma. Pero esto no sucede frecuentemente por algunos efectos psicológicos que suceden en la persona que recibe xenofobia como lo veremos en el siguiente subcapítulo.

2.3 Efectos psicológicos en quien recibe la xenofobia

Hablando de la víctima, que es quien recibe la xenofobia, a ciencia cierta no se podría saber qué está pasando por su cabeza. Sin embargo, va a sentir molestias, así como el rechazo, el miedo y sobre todo el odio hacia la persona que le está realizando este tipo de discriminación. Retomando así por un momento a la persona xenófoba, la cual es el agresor, enfoquémonos en que está persona; como ya se mencionó antes, por lo general el realizar xenofobia es un caso grupal y se podría decir que no viene de la idea de una sola persona, sino que varias personas son influenciadas por otras, esto generando una cultura que rechaza lo diferente, ya que mientras más solidificada tienes tu cultura o identidad, más difícil se te hace aceptar nuevas culturas.

Ahora bien, ya que se retomó lo que es el agresor y el porqué de su actuar; se puede pasar a la víctima y que siente cuando suceden este tipo de situaciones. Cuando una persona migrante es atacada por la xenofobia, esto ataca directamente a la autoestima y auto valía de las personas migrantes. Cuando una persona no es bien recibida en un país, muchas cosas inconscientemente se ponen en contra de la persona y no dejan que explote su potencial como debería de realizarlo, sea cual sea el motivo por el cual van a ese país.

A raíz de la xenofobia, en algunos países se les prohíbe emprender a los migrantes, se les niega la oportunidad de trabajar e incluso de tener una vida digna. Todo lo ya mencionado previamente afecta de gran manera al migrante ya que no le dan ganas de siquiera estar en ese país, así sea de turista y esto es un gran problema que lastimosamente sucede en diversas partes del mundo. Las personas sienten que no cumplen con sus metas, como ya se mencionó previamente afecta también a su auto valía, la cual es el sentimiento de que pueden ser valiosos dentro de una sociedad, y esto disminuye considerablemente.

Llegando así a considerarse como una molestia para sí mismos y para la sociedad en general, en algunos casos.

Cabe recalcar que, parte de ser víctima de xenofobia es que existe el miedo y quiebre de una realidad a otra. el cambio de realidad es lo que afecta de gran magnitud a los migrantes ya que al cambiar de realidad y de cultura, salen de sus zonas de confort hacia otro tipo de lugar con cosas totalmente diferentes que puede que para ellos sean inexploradas, ahí es algo diferente a lo que ya están acostumbrados y se sienten outsiders.

Tanto es así esta ruptura de la realidad que tenían, que se generan emociones fuertes como el miedo, la inseguridad y sobre todo el rechazo. Varios migrantes sienten rechazo hacia los locales, aunque pareciera que no fuese posible, sí lo es; se debe al cambio de realidad y la cultura distinta en la cual están, aparte de todo el odio que han recibido por los mismos. Entonces, desde un punto de vista psicológico se podría interpretar como el quiebre de realidad y es así cómo afecta la salud mental de los migrantes día a día.

Cabe recalcar entre todo esto, que la comunicación de igual forma juega un papel fundamental ya que relacionándolo con la psicología, se debe de buscar una forma de transmitir un buen mensaje hacia nuestro público objetivo y que se sientan parte de este mensaje, sin afectar de una inmensa manera su salud mental pero más bien ayudándolos a que interactúen de mejor manera gracias a estos mensajes brindados, ya que así su percepción antes las cosas cambien y puedan también utilizar estos canales para ellos, como migrantes, expresar lo que sienten ya que muchas ocasiones reciben mucho odio por parte de la comunidad y no saben cómo expresar eso ni como defenderse.

Por otro lado, brindando un ejemplo como lo que es el “ghetto”, cabe recalcar que cuando se rechaza a los migrantes, ellos tienden a juntarse ya que no pueden desarrollarse de la misma manera como lo harían estando una zona segura para ellos, es así como

buscan gente similar a ellos, migrantes en este caso para poder ser un grupo de iguales. Eso pasa en Estados Unidos, por ejemplo, los haitianos cuando llegaron fueron rechazados y tienen ghettos; lo cual genera problemas hacia la misma cultura e incluso genera más rechazo. Todo en respuesta a la discriminación; los venezolanos salen con venezolanos, los colombianos con colombianos y cubanos con cubanos, por dar un ejemplo. El rechazo genera grupos sociales que genera y se presenta como un problema serio hacia el país en el cual estos migrantes se encontrarían actualmente. Lo ya mencionado anteriormente, es en consecuencia del rechazo y la xenofobia lo cual hace que estos grupos se desvaloricen y se sientan rechazados de la peor manera posible.

Capítulo 3: Comunicación y Xenofobia

3.1 Comunicación para el cambio social

Tras conocer los efectos psicológicos que atañen tanto a las personas que reciben como las que hacen xenofobia, y como se dijo en el capítulo anterior, la comunicación tiene un papel importante en la transmisión de estos conceptos como el narcisismo propuesto por Freud, y los efectos que tiene sobre quien la recibe.

Es por esa razón que es importante poder comprender a la comunicación como un agente de cambio. En este sentido Aguado, dice que la comunicación “es un concepto amplio y estático, que se desliza constantemente entre la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad” (Aguado, 2004).

En donde la comunicación es un concepto que tiene una amplia variedad de significados, los cuales pueden ser usados en diferentes contextos o situaciones. En el caso de la xenofobia, como vimos en el capítulo anterior, la comunicación sirve como medio de transmisión de la discriminación, como se vio en el concepto de McLuhan, y además es parte de la solución ya que es el mismo canal el que sirve para poder acercar la postura de ambos grupos humanos, erradicando así la xenofobia.

En este sentido, la comunicación para el cambio social sirve para poder encontrar una ruta hacia este objetivo. Valdés nos dice que la comunicación para el cambio social, es “comunicación de la identidad y de la afirmación de valores y tiene como fin potenciar las voces ocultas a la esfera pública” (Valdés, 2017). En donde se busca que la comunicación pueda acercar las posturas de los miembros de culturas distintas, dándoles una voz a estas minorías, que pueda minimizar los roles paranoicos que existen en los grupos culturales, como vimos anteriormente, y pueda acercar el goce del yo del

extranjero como una nueva oportunidad de goce para los grupos que sentían rechazo al mismo.

Por otro lado, en el concepto nos habla acerca de la afirmación de valores e identidad de los extranjeros, por lo que es importante tener en cuenta como solución, el conocimiento de valores y la identidad que tienen los grupos extranjeros, para poder incluirlos y potenciarlos ante los nacionales. Es por esto, que el diálogo se expresa como una de las herramientas más importantes para poder definir estos conceptos de manera clara y que vayan acorde a la cultura de quienes se quiere potenciar.

Valdés afirma que existen 4 elementos importantes en la comunicación para el cambio social, los cuales son: diálogo, apoyo, participación y propósito (Valdés, 2017). Estos son los 4 pilares fundamentales de la estrategia de comunicación para el cambio social, comenzando por el diálogo, le cual habíamos identificado previamente como una herramienta importante para poder conocer la identidad y valores de la cultura que queremos resaltar, siendo esta una herramienta totalmente bidireccional, entre los sectores claves y los stakeholders, dejando a un lado los modelos verticales unidireccionales en donde los stakeholders no tengan un espacio abierto. En este espacio el canal de escucha es muy importante para que la estrategia de comunicación para el cambio social sea exitosa y genere impacto en la sociedad.

El segundo pilar básico es el apoyo, manifestado como una forma de empoderamiento para las comunidades extranjeras, que se sienten oprimidas y rechazadas, tal y como se vio en el capítulo 2, dándoles una herramienta para incluirse dentro de los grupos nacionales importantes. Este apoyo tiene que ser la base de la participación de los extranjeros, teniendo en cuenta que la participación como tal no es suficiente, sino que es necesario que esta participación sea incentivada por un gran

conocimiento de la cultura de ellos, buscando siempre la equidad, la justicia y la paz. (Valdés, 2017).

El cuarto pilar fundamental es el propósito, y es que la comunicación para el cambio social debe ser una acción planificada, la cual siga una estrategia y tenga objetivos a mediano y largo plazo, pensado siempre en el impacto que queremos que genere la acción que vamos a realizar y cuál es el futuro del mismo, para que no sea una acción aislada (Valdés, 2017).

Todos estos elementos tienen que estar presentes para que la comunicación pueda generar un gran impacto dentro de la sociedad, por otro lado llevándolo hacia la xenofobia, es muy importante poder definir el espacio en donde vamos a realizar las acciones, ya que de esa forma se podrá conocer de primera mano cuales son los grupos que han sido separados o discriminados dentro de la sociedad, para así poder tener un espacio de diálogo con los mismos para conocer su cultura, tal y como se habló en el capítulo 2, los grupos suelen tener un rechazo natural hacia lo que no es igual a ellos, debido a esta paranoia que evita que puedan comprender las costumbres, valores, etc., del llamado goce del yo.

Y es a través de una estrategia de comunicación, basada principalmente en el cambio social, que se pueden romper las barreras que separan a ambos lados, y romper estas relaciones de poder que muchas veces evitan acercar las posturas de ambos grupos. Tal y como dice Kaplún, la comunicación, “es un proceso permanente en el que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventado, haciendo suyo el conocimiento”. Siendo un proceso en donde el comunicador ya no es quien enseña a su audiencia, sino que acompaña a la misma en el proceso de conocimiento, mientras ambos crecen en el tema. (Kaplún, 1958)

En conclusión, la comunicación es un concepto que tiene muchos significados, además de ser una herramienta que puede servir para poder generar un impacto social, tal y como es la comunicación para el cambio social, en donde es importante conocer los cuatro pilares fundamentales como el diálogo, el apoyo, la participación y el propósito; siendo la diálogo fundamental para poder conocer a los stakeholders a los que queremos darles una voz, haciendo de la participación, entendida como la funcionalidad de sus valores e identidad, para que los miembros de grupos nacionales, que rechazan a extranjeros por sentirse paranoicos ante su goce del yo, puedan conocerles y romper las relaciones de poder existentes, haciéndola más horizontal a comparación de la verticalidad que existe actualmente y que evita el diálogo bidireccional entre ambos.

Por otro lado, para que el mensaje de esta estrategia de comunicación para el cambio social, genera un impacto fuerte dentro de la comunidad, es importante hablar sobre la comunicación comunitaria, tal y como se verá más adelante.

3.2 Comunicación comunitaria

Los símbolos, significados y mensajes tienden a ser diferentes dependiendo de la comunidad de la cual estemos hablando, esto permite una relación entre individuos del mismo grupo. Gracias a esto, se genera un sentido de pertenencia y por ende reconocen algo para que sea netamente de ellos, es así como las comunidades se forjan de una mejor manera por medio de las pertenencias que los mismos poseen. “Los medios de comunicación comunitarios juegan un proceso de transformación y articulación que ha generado procesos organizativos, de donde han salido los movimientos (indígenas, campesinos, y trabajadores) que no solamente han transformado sus condiciones de vida sino los marcos regulatorios del país”. (Dávila, 2021). Se puede inferir entonces que la

comunicación comunitaria ayuda de cierta forma a que los grupos sean más unidos por algo en específico y que asimismo tengan un sentido por el cual luchar.

Relacionando la comunicación comunitaria con la xenofobia, tiene mucho peso ya que como se mencionó anteriormente, los grupos y la comunidad tienden a entenderse por los mensajes claves que se saben y se brindan dentro de la misma; es decir, si dentro de la comunidad se “normaliza” el hecho de ser xenófobo o de discriminar a alguien por no ser de la comunidad, se podría pensar que automáticamente todos deben de seguir este mismo ideal para que así la comunidad los acepte de una mejor manera y sigan teniendo el mismo sentido de pertenencia por igual.

Hablando de los medios de comunicación, estos toman una parte fundamental dentro de la comunicación comunitaria, ya que, dentro de estos, los grupos pueden darse a conocer y, por ejemplo, los grupos xenófobos pueden darse a conocer y presentar sus puntos de vista hacia el público en general. No obstante, hablando de grupos, podría darse el caso de grupos en contra de la Xenofobia los cuales se dan a conocer por medios de comunicación, mostrando sus ideales e intereses y que las demás personas se interesen en los mismos. Es así como no solamente se transmite información, sino que también se hace una invitación abierta a participar en la misma y es a eso a lo que se apunta.

La comunicación y la participación son conceptos que se interrelacionan y es tan importante que se trabajen juntos de la misma manera. Algo clave es formar diálogos con la comunidad, saber sus intereses y poder trabajar con ellos por los mismos. Cabe destacar que la participación en las comunidades es lo primordial, de esa forma ambas partes se benefician y se logran conocer cosas que tal vez los demás desconocían; y al momento de ya conocerlas se comparten muchos más intereses, se forman lazos y confianza más que todo para poder trabajar en conjunto y mostrarle a los demás fuera del grupo o la comunidad el porqué de la lucha contra la Xenofobia, en este caso.

La participación ayuda de manera significativa a que, como mencioné, a entender de mejor manera a la comunicación comunitaria y aquí se deben de tomar en cuenta personas, espacios, medios de comunicación, historias de la comunidad y problemas todo de una manera integrada en conjunto con la comunicación.

“El Manual “Programa de Capacitación y Fortalecimiento para Organizaciones Sociales y Comunitarias” menciona que, para comprender la comunicación comunitaria se debe tomar en cuenta actores, espacios, medios, historias y problemas, de manera integrada”. (Cárdenas, 2019). Tal y como se mencionó anteriormente, las personas deben conocer a estos grupos para que así puedan relacionarse de mejor manera con los mismos, saber qué hacen, saber cómo piensan, saber cómo actúan y prácticamente convivir con los mismos para poder entender de mejor manera la razón que los mueve a hacer las cosas.

A partir de la comunicación comunitaria, es impresionante cómo se crean procesos en los cuales también se generan estrategias para así actuar en beneficio a la comunidad. Así mismo creando procesos inclusivos en los cuales no solo se concentra en los miembros de esta comunidad en contra de la xenofobia, sino que también incorpora a los demás grupos y que todos se guían por el mismo compromiso hacia la comunidad basándose en la comunicación, estableciendo diálogos y participación de todos dentro del proceso.

3.3 Cultural studies y xenofobia

Los cultural studies es una teoría de comunicación muy importante en la que se busca enfatizar el estudio de la cultura de minorías, que hasta en ese momento, no habían sido abordados en las llamadas ciudad hegemónicas, como veremos posteriormente.

En este sentido, para poder conocer de mejor manera la relación de esta corriente con la xenofobia, es importante poder conocer de dónde viene la misma.

Los cultural studies nace del Centre for Contemporary Cultural Studies, por sus siglas CCCS, en la ciudad de Birmingham en 1973. El mismo fue impulsado por Stuart Hall, quien tradujo y se basó en las teorías del filósofo italiano Antonio Gramsci. (Comunicólogos, s.f.)

La teoría de Gramsci nos habla acerca del control que existe por parte del poder, tanto de forma económica como política, pero añade un tercer poder de control que se expresa a través de la cultura, buscando crear una hegemonía a favor de lo que el poder conoce como cultura, haciendo que sus subordinados reciben los mensajes desde edades muy tempranas, siendo así los medios de comunicación una gran herramienta para esta hegemonía (Universidad Nacional del Sur, 2016).

De esta forma, Gramsci impuso dos principales conceptos como son la sociedad civil y el intelectual colectivo, entendido como una la forma en la que los civiles consumen el contenido creado en medios de comunicación, siendo influenciados hacia el mismo, y creando la hegemonía de un pensamiento unificado a favor de un grupo de poder (Universidad Nacional del Sur, 2016).

En el caso de la xenofobia, tal y como vimos en el capítulo 1, es este intelecto colectivo, el que une a los miembros del grupo nacional que hablábamos anteriormente, haciendo de los medios de comunicación, tanto tradicionales como los más actuales, quienes imparte la conciencia que nutre a esta sociedad civil. De esta forma, es importante que el discurso que se tienen en estos medios, busque la adaptación de la cultura de extranjeros hacia la sociedad civil, ya que es justamente este intento de control el que hace que se vea a la cultura como un disruptor, el cual busca que los miembros de la sociedad civil, utilicen a la misma siempre bajo el marco de las normas de la misma, y no sea visto como un elemento que se pueda exportar y que sirva como punto de partida para

el individuo que ingresa en una sociedad civil diferente (Universidad Nacional del Sur, 2016).

Esto genera una traba, tanto para el grupo nacional que busca mantener la importancia de la cultura tal y como la conoce, como para el extranjero que usa a su cultura como forma de supervivencia, cerrándose en la misma y buscando vivir en condiciones culturales parecidas a la que vivía en su país de origen.

Y es tras esta mirada histórica, y la traducción del concepto que vimos anteriormente del filósofo italiano Gramsci, como nacen los llamados “cultural studies”, los cuales en un inicio buscaron comprender cuál era el papel de los llamados “mass media” en la sociedad, y cómo podían darle un nuevo significado a la cultura, el cual no sea una imposición sino sea arte como tal (Comunicólogos, s.f.).

En tal sentido, Mattelart nos dice que el centro y problemática de los cultural studies, “consiste en lograr construir grupos de trabajo centrados en diferentes campos de investigaciones y vincularlos con las cuestiones suscitadas por movimientos sociales” (Mattelart, 1997).

Por esto, los cultural studies son el inicio de una concepción moderna sobre la cultura, en donde se comienzan a agregar nuevas formas de investigación, como puede ser la etnografía, teorías del lenguaje, literatura, etc., los cuales buscaban poder conocer rasgos culturales que hasta el momento no han sido explorados, como el movimiento afro en Inglaterra, o los movimientos feministas que eran muy importantes en la época (Comunicólogos, s.f.)

De esta forma, se dice que existen 2 grandes retos de los cultural studies, que son por un lado la producción en masa que busque la generación de cultura y que cambien la imagen social como tal. Y segundo el estudio del consumo de la comunicación en masa, entendiendo a la sociedad como una fuente de estudio de cultura propia, intentando

descubrir los conceptos culturales que no habían sido abordados anteriormente para, mediante estas nuevas herramientas de investigación, poder darlos a conocer y agregarlos a la realidad social de la sociedad civil de la cual hablaba Gramsci (Comunicólogos, s.f.).

En cuanto a la xenofobia, los cultural studies son un importante punto de partida para nuestra estrategia de comunicación para el cambio social de la cual hablábamos anteriormente, ya que nos dan herramientas de investigación, especialmente cualitativas, como puede ser las investigaciones etnográficas, mediante las cuales podemos sacar los principales insights culturales, los cuales están presentes en las sociedades en donde se busca aplicar esta estrategia de comunicación.

Por otro lado, como segundo reto, también es importante conocer cuál es el canal masivo, por el cual los miembros, tanto del grupo nacional como de los extranjeros, reciben las principales nociones de cultura. Ya que son los mismos en donde esta estrategia debe buscar generar impacto.

En conclusión podemos ver como la teoría de hegemonía de Gramsci nos da una idea de cuál es el contexto en el cual se encuentran muchas de las sociedad, en donde los grupos de poder buscan mantener un control cultura, el cual se puede romper mediante herramientas cualitativas, utilizadas en los cultural studies, para poder conocer insights culturales que están minimizados en la sociedad, los mismos que son importantes para poder comenzar con el proceso de diálogo con los miembros de esa cultura, para poder comenzar la estrategia de comunicación para el cambio social, la cual busca potenciar estos aspectos culturales y darlos a entender como importantes dentro de la imagen de la sociedad en cuestión.

Conclusiones

En conclusión, la comunicación es fundamental para poder realizar un cambio dentro de la sociedad. Como comunicadores, somos agentes de cambio que podemos aportar de manera significativa hacia la comunidad y más aún cuando se trata de un problema social como lo es la Xenofobia. Nuestro compromiso hacia la comunidad es hacer que entiendan la problemática y puedan actuar de una mejor manera para solventar esto, sin seguir a los grupos mayoritarios que actúan con violencia por los nacionalismos, sin dejarse llevar por los medios de comunicación; siempre pensando en que todos somos personas y que no debería existir tal discriminación. Finalmente, es importante contextualizar la comunicación para así crear mensajes y estrategias adaptadas a la situación, así mismo proponer causas sociales para la necesidad de los grupos a tratar.

Capítulo 4: Campaña de Comunicación

Somos es una campaña de educomunicación, la cual tiene como objetivo erradicar la xenofobia. Tal y como vimos en los primeros capítulos, la xenofobia es un tipo de discriminación, que muchas veces está relacionado con el desconocimiento, de un grupo nacional, hacia lo extranjero que es considerado desconocido.

Es por esa razón que en Somos buscamos tener a la educación como eje de cambio social, presentando la cultura de diferentes países hispanohablantes a los ciudadanos quiteños, teniendo en cuenta que la mayoría de los extranjeros en el país son hispanohablantes.

En este sentido la campaña tiene importancia educativa, ya que, durante la carrera de comunicación, hemos visto acerca de la importancia de la estrategia, en la implementación de acciones que busquen el cambio social, además de que durante la

campaña utilizamos herramientas aprendidas durante nuestra carrera estudiantil, algunas como relaciones públicas, gestión de eventos, y estrategias digitales para redes sociales.

El objetivo de estas herramientas es llegar a la mayor cantidad de personas posibles, fomentando el cambio social, el cual es muy importante por el tema que se está tratando.

Por otro lado, tiene importancia social, ya que la campaña trabaja con el ODS número 10, “Reducción de las desigualdades”, y el ODS número 3, “Salud y Bienestar”, y es que como lo vimos en el marco teórico, la xenofobia además de ser un acto discriminatorio, el cual va en contra de la igualdad, también es un problema que afecta a la salud mental de quien la sufre, y de esta forma afecta directamente a la salud. Por lo cual, luchar contra la xenofobia, es muy importante para la sociedad ecuatoriana, ya que es una forma de fomentar la salud y bienestar de todos los habitantes del país, además de que se busca la igualdad de condiciones para todos los seres humanos residentes en Ecuador, recordemos que, tal y como decía el UNRISD, los seres humanos biológicamente somos un 99,9% iguales.

A estos objetivos, se unen los problemas sociales relacionados a la xenofobia, los cuales se evidenciaron en la investigación cualitativa, como el sucedido en el estadio Banco del Pacífico recientemente en un partido Emelec - Palmeiras, en donde el mismo equipo brasileño denunció lo sucedido, o el afamado caso Diana del cual hablamos anteriormente.

Por estas razones, la campaña Somos tiene importancia, tanto educativa, como profesional y social, buscando hacer de la xenofobia un tema a tratar en el debate nacional, buscando que cada vez se reduzcan las desigualdades, y se pierda el miedo hacia lo que consideramos “desconocido”.

Tal y como se mencionó al inicio, la campaña busca atacar contra la xenofobia, un problema social muy importante, el cual ha crecido últimamente, cuya causa principalmente se encuentra en el miedo hacia lo desconocido, ese miedo que forma una barrera que no nos permite conocer correctamente a las personas, y que nos hace discriminarlas.

El enfoque comunicacional de la campaña se basa en las estrategias de educomunicación, una herramienta de la comunicación estratégica, el cual busca por medio de acciones educativas, realizar un cambio social, e impactar en la audiencia que recibe la información.

4.1 Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa nos ayudará a tener una mejor idea, acerca de la posible población que será nuestra audiencia dentro de la campaña en contra de la xenofobia. En este sentido por medio de la técnica de investigación que hemos elegido, la cual la explicaremos más adelante, buscamos conocer a profundidad, las razones detrás de la discriminación que causa la xenofobia, además de las experiencias y consecuencias, que han sufrido extranjeros por casa de la xenofobia en la país, los cuales puedan crearnos insights importantes los cuales usaremos en la campaña.

4.2 Propósitos de la investigación.

La investigación que realizamos tiene el propósito de conocer y saber un poco más sobre las opiniones que tienen los expertos, académicos y personas extranjeras acerca de la xenofobia y cómo está evidenciada en los diferentes entornos.

Descripción de las técnicas de investigación aplicadas:

La técnica de investigación que utilizamos fueron las entrevistas a profundidad. Decidimos hacerlo de esta manera, ya que consideramos que por medio de ella, obtendremos una respuesta mucho más honesta, y en efecto, la conversación fluyó de manera orgánica brindándonos información relevante para nuestra investigación y posteriormente la campaña.

Tras conocer la técnica utilizada, es importante definir cuáles son los grupos de personas entrevistadas, como se dijo anteriormente, las entrevistas serán a profundidad por lo cual hemos elegido entrevistar a 12 personas, a las cuales les dividimos en:

Académicos:

Cristian Melo: Profesor de geopolítica, movilidad humana, y realidad internacional en la UTE.

Pablo Barrera: Psicólogo en la USFQ.

Esteban Salazar: Licenciado en Relaciones Internacionales.

Extranjeros residentes en Quito:

Adrana Trejo: país - Venezuela, profesora en el Gimnasio Los Pinos.

Francis Staton: país - Nigeria, profesor en el Colegio Intisana.

Daniela Binsfeld: país - Alemania, estudiante de medicina en la USFQ.

3. Anónimos quiteños:

2 estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ)

2 estudiantes del Colegio Alemán Quito.

2 adultos trabajadores residentes en Quito.

4.2.1 Principales hallazgos:

Para poder definir de mejor manera los hallazgos que encontramos en la parte cualitativa de la investigación, dividiremos en puntos, en donde cada uno nos da un insight importante para tener en cuenta en la realización de la campaña:

Uno de los hallazgos más importantes encontrados tiene que ver con las generaciones expuestas a culturas extranjeras. Y es que en las entrevistas los académicos nos comentaban que esto es un fenómeno parecido al de la universidad, en donde las primeras generaciones tienen un proceso de adaptación al nuevo entorno, y es mediante el paso de generaciones, que las personas van a encontrarse más naturalizados con el fenómeno. En este sentido la generación de nuestros abuelos se consideran la primera generación expuesta hacia extranjeros, algo raro en la ciudad anteriormente, y es la generación de estudiantes universitarios y de sexto curso, quienes son considerados la tercera generación en movilidad humana, siendo más naturales con la presencia de extranjeros en la ciudad y aceptándolos de mejor manera.

Por otro lado, dentro de la entrevista, los profesores nos comentaban que no sufrían discriminación por parte de los estudiantes sino que, muchas veces, son sus padres quienes buscan tener un distanciamiento, cerrándose ante la posibilidad de conocerlos.

Otro insight importante es la masa y es que muchas veces las personas en masa actúan de manera diferente a como lo harían individualmente, por esa razón, es importante que el canal que utilicemos para nuestra campaña busque una recepción individual, para lo cual las redes sociales son una gran solución.

También nos mencionan que una de las causas de la xenofobia es que existe un gran desconocimiento sobre las demás culturas y de igual forma la romantización de la cultura propia, genera una barrera que limita el conocimiento de otra cultura.

Como último punto, el psicólogo dijo que los adolescentes y los jóvenes universitarios son más propensos a hacer xenofobia por querer pertenecer a un grupo, así como también se dejan llevar mucho por la masa, además su formación depende de los grupos primarios, quienes son sus educadores, a pesar de que en la adolescencia, se empiezan a cuestionar mucho de lo que aprendieron cuando eran niños.

4.3 Conclusiones de la investigación.

Cómo conclusión, en base a los insights presentados anteriormente, se definió la población que será la audiencia de nuestra campaña, la cual se compone de jóvenes estudiantes de colegio mayores a 16 años, y estudiantes universitarios.

Esto, nos da una idea acerca del tipo de discurso que vamos a tener, manteniendo al mismo en un tono informativo, que busca presentar, los principales elementos de la cultura de las diferentes culturas erradicadas en Quito.

Por otro lado, también vimos que existe, en esta población, un gran desconocimiento de las culturas que existen en la ciudad, lo cual nos dice que es esta la zona en la que debemos buscar llevar nuestro mensaje.

Por último podemos concluir, que la técnica utilizada, entrevistas personales, ayudaron a humanizar e individualizar la problemática, algo que era muy importante, por lo que nos dice que es una estrategia útil de cara a la siguiente parte de la investigación.

4.4 Campaña SOMOS

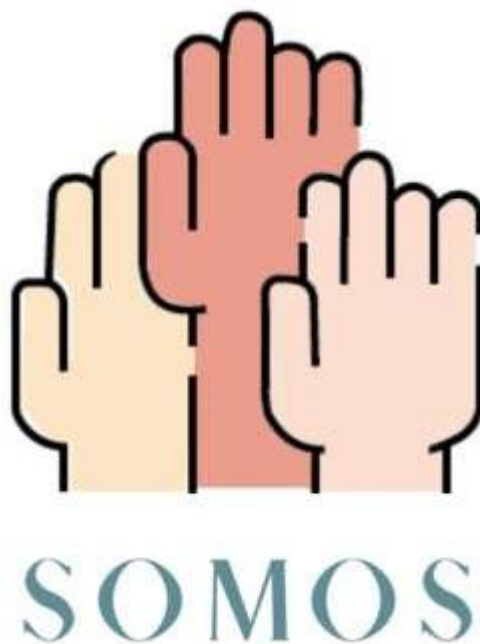
Nombre de la Campaña:

SOMOS

4.4.1 Concepto

Somos es una campaña de educomunicación, la cual busca presentar elementos culturales de países extranjeros a los ciudadanos quiteños de nuestro público objetivo, por medio de un tono amigable y divertido, además de varias dinámicas educativas en redes sociales, las cuales nos acercan a la realidad de nuestra ciudad y nos alejan de esas ideas preconcebidas que llevan a la xenofobia.

4.4.2 Logotipo



4.4.3 Justificación

Su nombre se lee igual de izquierda a derecha o al revés, simbolizando así la igualdad que existe entre las culturales en Quito. Además, se presentará 3 manos de diferentes tamaños y con diferente tonalidad de piel, simbolizando la diversidad existente en las culturas de la ciudad de Quito, y por último se ve que las mismas están unidas, simbolizando que puede existir unión a pesar de las diferencias.

4.4.4 Tono:

Informativo, amigable, respetuoso

4.4.5 Mapa de públicos

Jóvenes universitarios de 18 a 25 años

4.5 Actividades:

- Campaña de educomunicación acerca de la xenofobia, sus efectos y como podemos ayudar a detener esto a través de Tik tok y reels de Instagram
- Campaña de presentación de perfiles y posts de diferencias culturales de extranjeros en Quito en Instagram y subir tik toks como reels.
- Un en vivo en Instagram con una psicóloga.
- Evento “Hablemos de Xenofobia”, en donde se hablará sobre la xenofobia, la salud mental y SOMOS.
- Crear una campaña comunicacional con sus 3 fases en medios de comunicación, enfocada en la diversidad cultural de Quito y como ayudar a parar la xenofobia.

4.6 Matriz de Públicos

Grupos de interés, vinculación e influencia	Actores	Interés de relación	Posición	Interés	Influencia
Público Objetivo	Jóvenes de 18 a 25 años universitarios	Presentar a las culturas extranjeras y extranjeros en la ciudad	ACTIVA	INTERESADO	Gestores del cambio
Entidades de cooperación	-GOBE USFQ -Expertos psicología -Inmigra medios -IMPAQTO	Apoyo en masificación, activación y expansión del mensaje	ACTIVA	MUY INTERESADO INDECISO	Influyente
Formadores de imagen	Medios de comunicación Influencers Líderes de opinión	Divulgación y legitimidad de la campaña	ACTIVA Oposición pasiva	Muy interesado Indeciso	Muy influyentes
Organismos de control	USFQ Municipio	Permisos para evento, autorizaciones	Activa Oposición pasiva	Muy interesado Indeciso	Influyente

4.7 Planificación de la campaña

4.7.1 Fases

Planificamos tres fases para nuestra campaña, las cuales fueron expectativa, informativa y recordación. Dentro de la fase expectativa subíamos contenido en Instagram sobre qué somos (datos y antecedentes de la campaña); luego de eso dentro de la fase informativa hicimos varios segmentos como el culturizándonos, momento cultural del día y la cocina cultural; por último, para el cierre de campaña tuvimos nuestro evento “Hablemos de Xenofobia”

4.7.2 Objetivo general

Diseñar una campaña de comunicación que permita la concientización de los ciudadanos de 17 a 25 años de la ciudad de Quito, sobre de las culturas extranjeras y extranjeros que residen dentro de la ciudad, en un periodo de siete semanas.

4.7.3 Objetivos específicos

- Enseñar a los jóvenes entre 17 a 25 años de la ciudad de Quito, acerca de la definición de xenofobia y sus efectos en su comunidad, a través de al menos 1 actividad dinámica y 2 campañas de educomunicación en redes sociales, durante la campaña.
- Presentar a los jóvenes entre 17 a 25 años, acerca de los extranjeros residentes en la ciudad de Quito, a través de al menos 3 videos de presentación en Instagram y Tik Tok durante el primer mes de la campaña.
- Educar a los jóvenes entre 17 a 25 años, acerca de los daños psicológicos de la xenofobia y la salud mental, a través de live en instagram y un evento, durante la campaña.

4.7.4 Estrategia

Para lograr este objetivo, creamos la estrategia Somos, la cual está basada en 4 pilares importantes:

- Generar conversación sobre xenofobia.
- Crear contenido en redes sociales, generando una comunidad.
- Apoyo de Gobe USFQ e IMPAQTO.
- Evento Hablemos de Xenofobia.

4.7.5 Tácticas

- Vamos a generar conversación a través de una estrategia de relaciones públicas con personas y medios claves para nuestro público objetivo.
- Creamos una comunidad en redes sociales para generar este espacio seguro y de confianza entre nuestros seguidores y nosotros, haciendo crecer esta comunidad y así como también que se unan a esta gran causa social.
- El apoyo de grandes aliados clave para la producción del evento así como también alianzas con los mismos a largo plazo para seguir ampliando nuestra comunidad.
- En el evento, en el cual concientizamos a nuestro público sobre la salud mental, y la xenofobia digital informándoles de la mano de expertos en el tema.

4.7.6 Planificación digital

Lunes 21	Martes 22	Miércoles 23	Jueves 24	Viernes 25	Sábado 26	Domingo 27
VIDEO Mañana	Post Cultural	POST	Post Cultural	Perfil	POST	
Post Migrantes			Cocina cultural			
		Culturizandonos			Recetas	
Lunes 28	Martes 29	Miércoles 30	Jueves 31	Viernes 1	Sábado 2	Domingo 3
POST	Post Cultural	POST	Post Cultural	Presentación		
			Cocina cultural	Perfil		
		Culturizandonos			Recetas	
Lunes 4	Martes 5	Miércoles 6	Jueves 7	Viernes 8	Sábado 9	Domingo 10
	Post Cultural		Post Cultural			
			Cocina cultural			
		Culturizandonos		Presentación	Recetas	
Lunes 11	Martes 12	Miércoles 13	Jueves 14	Viernes 15	Sábado 16	Domingo 17
	Post Cultural		Post Cultural	Perfil	Cineforo	
			Cocina cultural			
		Culturizandonos		Video preguntando	Recetas	
Lunes 18	Martes 19	Miércoles 20	Jueves 21	Viernes 22	Sábado 23	Domingo 24
				Perfil		
			Cocina cultural			
		Culturizandonos			Recetas	
Lunes 25	Martes 26	Miércoles 27	Jueves 28	Viernes 29	Sábado 30	Domingo 1
			international day	Perfil		
			Cocina cultural			
		Culturizandonos			Recetas	

4.7 Ejecución de la campaña

Nuestra campaña comenzó el Lunes 21 de marzo con nuestro video de lanzamiento en el cual hablábamos sobre quienes somos, enfocándonos en la palabra “SOMOS” para que la gente empiece a tener la campaña en su mente, posterior a eso seguimos mostrando los demás segmentos que contenía nuestra campaña para de igual forma informar a las personas sobre que era nuestra campaña y lo que queríamos transmitir, así como también lo que queríamos proyectar a futuro.

4.8 Resultados e impactos

- Logramos formar una gran comunidad a largo plazo con quienes creamos un fuerte lazo y de igual forma generamos gran impacto con nuestras alianzas:
- La alianza junto a IMPAQTO, con la cual podremos seguir aumentando esta comunidad, por medio de su networking e instalaciones,
- Creamos una comunidad de más de 200 persona, que aportaron su sello personal, por medio de las más de 800 interacciones en el perfil.
- La alianza con Inmigramedios, en la cual se seguirán presentando historias de migrantes en el país, continuando el camino contra la xenofobia

4.9 Gestión de medio de comunicación y Relaciones Públicas

Durante estas 7 semanas hemos formado una gran alianza de igual forma con líderes de opinión que nos han ayudado a difundir nuestra campaña y el evento en sus redes sociales, ampliando así nuestra comunidad. Por otro lado, junto con los medios ampliamos nuestra comunidad de mejor manera ya que nuestro mensaje y campaña fue difundida a su público objetivo, haciendo que cada vez más conozcan sobre SOMOS

4.10 Logros no esperados

Además de estas metas, tuvimos logros que no esperados, que nos demuestran que sí es posible hablar de xenofobia, los cuales son:

Las más de 700 interacciones con las publicaciones, el alcance de más de 900 cuentas de diferentes países y el alcance de más de 400 cuentas del video de inicio de la campaña, además de los debates, las dudas y todo el aprendizaje detrás de SOMOS.

4.11 Conclusión y Recomendaciones

La xenofobia es uno de los tipos de discriminación que se deben erradicar en la sociedad ecuatoriana, como vimos a lo largo del marco teórico, la xenofobia crea una separación entre grupos nacionales, separando a la sociedad y generando tensiones que llevan a la violencia.

Es por esa razón que, dentro de la campaña, Somos buscó educar y abordar a la xenofobia como un problema de falta de educación, buscando que nuestro público objetivo en redes sociales pueda dejar atrás esa falta de información que le hace discriminar a los ajeno.

En este sentido, en conclusión, las relaciones públicas y las estrategias de educomunicación, enfocado en el cambio social, son herramientas que tienen mucho poder para poder llevar a debate este tipo de problemas sociales, los cuales tienen un gran impacto dentro de la sociedad.

A pesar de esto, Somos es el primer paso en un largo camino que busca la igualdad de todos los seres humanos, es por eso que, como recomendaciones, consideramos que es muy importante poder buscar la despolitización del problema, antes de intentar abordar como un problema social.

Referencias

- Aguado, J. M. (2004). *INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Álvarez, J. (2019, 19 noviembre). *Xenofobia, racismo, nacionalismo*. Diario El Herald. <https://www.elheraldo.hn/opinion/columnas/1335670-469/xenofobia-racismo-nacionalismo>
- Bergere, J. (2018). Nacionalismos, racialismo, xenofobia y migraciones. *Tiempo de Paz*, pp. 55-62.
- Borja, Rodrigo, 1997, “Xenofobia”, en *Enciclopedia de la política*, México, Fondo de Cultura Económica
- Bouza, F. (2002). *XENOFOBIA*. Valencia: Bancaixa.
- Braga, Adriana, & Logan, Robert K. (2014). LA INFLUENCIA DE SIGMUND FREUD EN EL PENSAMIENTO DE MARSHALL MCLUHAN. *Razón y Palabra*, (86)
- Cárdenas, N. (19 de agosto de 2019). *La Comunicación Comunitaria genera procesos inclusivos / Ondarural*. Retrieved December 16, 2021, from <https://ondarural.org/comunicacion-comunitaria-genera-procesos-inclusivos/>
- Comunicólogos. (s.f.). *Comunicólogos*. Obtenido de Enciclopedia: <https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-estudios-culturales/>
- Cisneros, I. H. (2001, junio). Intolerancia cultural: racismo, nacionalismo, xenofobia. *Perfiles Latinoamericanos*, pp. 177-189.
- Datos Macro. (2020, 6 febrero). *Disminuye el número de inmigrantes en Ecuador*. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/ecuador>

DTM - Monitoreo de flujo de población venezolana en Ecuador, febrero - marzo 2021 - Ecuador. (2021, 13 mayo). ReliefWeb.

Freud, S. (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Buenos Aires: Amorrortu editores S.A.

Garza, C. D. L. (2011, 1 diciembre). *Xenofobia*. Open Edition Journals.

Naciones Unidas. (s. f.). *Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países*.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality>

GK. (21 de enero de 2019). *GK*. Obtenido de Diario Digital:

<https://gk.city/2019/01/21/ixenofobia-comunicado-lenin-moreno-venezolanos-ibarra/>

Herranz, G. (2008). Xenofobia: un estudio comparativo en barrios y municipios

almerienses. *Revista Española de Investigaciones Sociales*, págs. 107-132.

Ibarra, E. (s.f.). *Movimiento Contra La Intolerancia*. Obtenido de

<http://www.movimientocontralaintolerancia.com/html/denuncias2BL/racismoXenofobia/nacionalismoXeno.htm>

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Le Bon, G. (1896). *Psicología de masas*. US: Amazon Digital Services LLC.

Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de comunicación*. Buenos Aires: Paidós .

Mirat, D. C. (21 de marzo de 2018). *Zadig España*. Obtenido de

<https://zadigespana.com/2018/03/21/la-raiz-de-la-xenofobia-una-aproximacion-desde-el-psicoanalisis/>

RAE. (2020). *Discriminar*. España. Obtenido de <https://dle.rae.es/discriminar>.

Ramírez, A. (2021, Julio 6). *Superar*. Recuperado de <https://www.superar.org/efectos-de-la-xenofobia-en-la-salud-mental/>

Rivera, J. E. (mayo - diciembre de 2011). El resurgimiento de la xenofobia y la crisis del multiculturalismo. Una lectura desde el psicoanálisis. *Revista Filosofía Universidad de Costa Rica*, págs. 127- 128.

Tamames, J. (2020, 17 abril). «*El nacionalismo es maleable, las élites políticas lo usan según les interesa*». Política Exterior.
<https://www.politicaexterior.com/nacionalismo-maleable-las-elites-politicas-lo-usan-segun-les-interesa/>

Universidad Nacional del Sur. (11 de Julio de 2016). Gramsci: Hegemonía, Medios de Comunicación y Clases Dominantes. Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Valdés, C. (2017). *La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo*. Sao Paulo: Janus.