

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de Educomunicación Juntxs, Salvxs, Sanxs:
El Círculo de Violencia de Género Contra La Mujer y La
Comunicación**

Manuela Córdova Andrade

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de
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 INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

**Campaña de Educomunicación Juntxs, Salvxs, Sanxs:
El Círculo de Violencia de Género Contra La Mujer y La
Comunicación**

Manuela Córdova Andrade

Nombre del profesor, título académico María José Enríquez, PhD en Comunicación.

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UNPUBLISHED DOCUMENT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 todas las valientes guerreras que siguen al pie del cañón luchando por las que no están, por las que sobrevivimos y por las que vienen. Somos excepcionales mujeres.

A mi hermana, a mi papá y a mi mamá por apoyarme en este reto tan grande que ha sido para mi terminar esta segunda carrera. Gracias por alentarme y por recordarme cada vez que quería rendirme por qué tomé esta decisión.

RESUMEN

La violencia contra la mujer no es un tema nuevo, pero lo que sí parece ser desconocido es las razones por las cuales sucede. El término círculo de violencia contra la mujer no es reconocido en nuestra sociedad y es la entrada para entender el maltrato hacia el género femenino. Menos aún su relación la violencia sexual.

En este trabajo de titulación se busca dar a conocer la problemática de las violencias de género, específicamente la violencia contra la mujer en el Ecuador y la importancia de reconocer los círculos de la violencia que perpetúan estas prácticas. A través de la investigación y creación de un trabajo final de apoyo y capacitación sobre esta temática, se quiere aportar de manera positiva a la concientización en mujeres jóvenes sobre relaciones abusivas y la posibilidad de salir de las mismas.

Palabras claves: Género, mujeres, círculo de violencia, comunicación, violencia sexual.

ABSTRACT

Violence against women is not a new topic, but what does seem to be unknown is the reasons why it happens. The term circle of violence against women is not recognized in our society and is the entrance to understand the mistreatment of the female gender. Even less about the relationship it has with sexual violence.

This investigation seeks to publicize the problem of gender violence, specifically violence against women in Ecuador and the importance of recognizing the circles of violence that perpetuate these practices. Through research and creation of a final support event that accompanies the theory on this issue, the aim is to contribute in a positive way to raising awareness in young women about abusive relationships and the possibility of leaving them.

Keywords: Gender, women, circle of violence, communication, sexual violence.

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción	10
Objetivos	12
 Capítulo I: Violencia contra la mujer y contexto	 13
1.1 La Violencia Contra la mujer.....	14
1.2 La realidad de la mujer en Ecuador y la región.	18
 Capítulo II: Círculo de la violencia de género contra la mujer	 20
2.1 Círculo de la violencia contra la Mujer:	20
 Capítulo III: Comunicación, sociedad y círculos de la violencia	 25
3.1 La normalización social y mediática de la violencia contra la mujer.....	26
3.2 ¿Cómo interviene la comunicación en la prevención de la violencia de género?.....	28
 Capítulo IV: Campaña Comunicacional: Juntxs Salvxs Sanxs	 31
4.1 Metodología e Investigación Cualitativa	31
4.2 Juntxs Salvxs Sanxs: Un movimiento naranja.....	36
4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña.....	39
 Conclusiones.....	 49
 Referencias Bibliográficas.....	 51

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

Gráfico No. 1 Mapa de Públicos para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs.....	41
Gráfico No.2 Matriz de Objetivos para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs.....	42
Gráfico No.3 Matriz de Estratégias para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs.....	43
Gráfico No.4 <i>Chronopost</i> para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs.....	44
Gráfico No.5 Listado Influencers y Apoyo Campaña Juntxs Salvxs Sanxs.....	46
Gráfico No.6 Contabilidad Venta Pulseras SALVAS Juntxs Salvxs Sanxs.....	47

INTRODUCCIÓN

En el artículo seis de la Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra Las Mujeres se estipula que:

“El Estado es responsable de garantizar el derecho de las mujeres: niñas, adolescentes, mujeres adultas y mujeres mayores, a una vida libre de violencia. La sociedad, la familia y la comunidad, son responsables de participar de las acciones, planes y programas para la erradicación de la violencia contra las mujeres, emprendidos por el Estado en todos sus niveles y de intervenir en la formulación, evaluación, y control social de las políticas públicas que se creen para el efecto” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2018, pág. 10).

Lamentablemente, la lucha contra la violencia hacia las mujeres no ha mejorado ni ha sido una materia de trato urgente en el país y solo sigue en aumento año tras año. Es una realidad a la que deben enfrentarse las mujeres día a día en todo el Ecuador. “La falta de voluntad y liderazgo de las principales autoridades del Estado han permitido que esta patología social se instituya, y sea vista como un problema inevitable y sin solución” (Jacome, 2021, pág. 25). Esta problemática que no se limita a una etnia, nivel socioeconómico, o familias, es una realidad que se vive transversalmente en toda la sociedad ecuatoriana. Según el Informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Casos (INEC), en Ecuador se censaron 8.819.233 mujeres y 8.823.827 hombres (INEC, 2012). Lo que significa que la mitad de la población del país vive en un constante riesgo a ser víctima de abusos y violencia por su condición de ser mujer.

Este riesgo de violencia nace y se fortalece en la socialización de la idea de superioridad del hombre sobre la mujer y la normalización de la violencia hacia las mismas. El mayor problema aquí es que existen varias líneas en la que se entiende esta violencia y muchas veces estas llevan a culpabilizar de las mismas víctimas y la re-

victimización. Como veremos mas adelante hay varios tipos de violencia contra la mujer, pero en este trabajo se va a indagar en a la violencia efectuada dentro de las relaciones de pareja. Justamente para romper con esta práctica social, es indispensable entender como se da la violencia de género la mujer dentro de un contexto y el rol que cumple el denominado circulo o espiral de la violencia contra la mujer.

En el presente trabajo se busca exponer la problemática de las violencias de género, específicamente la violencia contra la mujer, en el Ecuador y la importancia de reconocer los círculos de la violencia que perpetúan estas prácticas lesivas. A través de la investigación y creación de un trabajo final de apoyo y capacitación sobre esta temática, se quiere aportar de manera positiva ala concientización en mujeres jóvenes sobre relaciones abusivas y la posibilidad de salir de las mismas. Un concepto desarrollado por la psicóloga estadounidense Lenore E.A. Walker en 1979 en su libro “El Síndrome de la Mujer Maltratada”. Este concepto abrió paso a análisis, estudios y creación de herramientas que ayudan a las mujeres victimas de abuso a salir de relaciones abusivas y resistir contra el maltrato.

Una vez que se haya expuesto el circulo de la violencia, se presentaran de que manera la comunicación como disciplina puede influir en la prevención y educación sobre estas temáticas. La causantes y consecuencias en la problemática social que es la violencia contra la mujer, son constantemente normalizadas por quienes transmiten mensajes e información, como personas influyentes y medios de comunicación. Justamente por esto, se busca exponer en este trabajo la manera de utilizar la comunicación como una herramienta para informar a mujeres en riesgo, y el resto de la sociedad, sobre que es el círculo de la violencia, como identificar abusos y sobre todo como no re victimizar a una mujer que ha sufrido violencia de género.

OBJETIVOS:

El principal objetivo de este trabajo es realizar una revisión teórica sobre el círculo de la violencia de género contra la mujer, sus afectaciones en la sociedad actual y su relación con otros tipos de violencia que afectan a las mujeres y la sociedad. Para esto se han planteado los siguientes objetivos específicos:

Investigar sobre la violencia de género contra la mujer y el círculo de violencia, para comprender las razones de su existencia y su afectación real en el Ecuador.

Analizar el papel que puede y debe jugar la comunicación para ofrecer soluciones y prevención a esta problemática social.

La producción y realización de una campaña de Educomunicación que busca concientizar y educar sobre estas temáticas de la mano de la ONG Salvas. Además, se busca crear una comunidad fuerte que apoye y visibilice el trabajo de la fundación con la sociedad.

CAPÍTULO I

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER Y CONTEXTO.

En Ecuador, 32 de cada 100 mujeres han experimentado algún hecho de violencia en su contra en los últimos 12 meses, según el último boletín técnico de la Encuesta nacional sobre relaciones familiares y violencia de género contra la mujer (ENVIGMU), emitido en noviembre del 2019 (INEC, 2019, pág. 17). La violencia contra las mujeres afecta de manera negativa a todo el funcionamiento de la sociedad. Las mujeres que son objeto de violencias sufren problemas de salud física y mental. Ellas disminuyen sus capacidades para generar ingresos. Mientras que las hijas e hijos de familias que experimentan violencia están expuestos a tener problemas de salud, bajo rendimiento escolar y conductas problemáticas (MundoSur, 2020, pág. 2). Es justamente por esto que es un problema que debe ser atendido constantemente de manera consciente pues empobrece y debilita no solo a las víctimas, sino que a la comunidad que las rodea.

En el Ecuador y en el espectro social nacional esta es una realidad que recién en las últimas décadas se ha empezado a visualizar y a tratar con un poco más de importancia. “La violencia del hombre hacia la mujer es una problemática milenaria que durante mucho tiempo ha sido considerada como algo "natural” (Canfera, 2002). Es una realidad que millones de mujeres experimentan constantemente en su vida, pero que se ha normalizado por el sistema cargado de desigualdad en el que se desarrolla la problemática.

Poner fin a la violencia contra la mujer debe ser una prioridad en Latinoamérica. Las violencias de género actualmente son un enorme desafío al que se enfrentan las sociedades latinoamericanas. Es muy importante para entender la urgencia de este asunto saber que “no es solamente una de las regiones (Latinoamérica) más desiguales del mundo, es también uno de los territorios en el que los índices de violencias contra las mujeres alcanzan, año tras año, los valores más altos” (MundoSur, 2020, pág. 1).

1.1 La Violencia Contra La Mujer:

Para poder identificar la gravedad y el peso social que causan la violencia a las mujeres en el Ecuador, es indispensable entender que es, de donde viene, sus causas y consecuencias.

Es importante empezar por diferenciar entre violencias de género y violencia contra la mujer. La violencia de género hace referencia a los actos nocivos o perjudiciales que se cometen en contra de una persona por su género. Si bien las mujeres son víctimas de violencia de género, los hombres también pueden serlo. “El término se utiliza principalmente para subrayar el hecho de que las diferencias estructurales de poder basadas en el género” (ONU, s.f.). Este es un término que se utiliza para definir las violencias experimentadas por las personas a partir de las estructuras sociales normalizadas sobre el género.

La violencia de género contra la mujer es en cambio específicamente los actos dañinos que se pueden cometer en contra de una mujer o niña por el hecho de su condición de ser mujer. Según Amnistía Internacional la violencia contra la mujer se define como:

“Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada” (Amnistía Internacional, 2004, pág. 6)

Es importante entender que las mujeres pueden y son víctimas de violencia de género y también de violencia de género contra la mujer. Muchas veces esta diferenciación queda olvidada, pero es importante realizarla ya que de esta forma no se está minimizando la importancia y el reconocimiento de la violencia que se perpetúa diariamente en todo el mundo a miles de mujeres y niñas. “Históricamente, la VCM

(violencia contra la mujer) ha sido perpetuada a través de estructuras y normas sociales que imponen a la mujer un rol de sumisión y subordinación al hombre o, incluso, la consideran como una propiedad de este” (Llanos & Rodríguez Díaz, 2020, pág. 2). Al ser una acción en constante repetición a lo largo de la historia, las organizaciones internacionales de derechos humanos han trabajado por erradicarla y educar a la población sobre la misma.

En el artículo dos de la Declaración Sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer de la OEA en 1994, se estipuló que dentro de violencia contra la mujer se entienden los actos de violencia hacia una persona de sexo femenino que pueda causar “daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada” (OEA, 1994, pág. 1). Es importante recalcar que un gran porcentaje de estas violencias perpetradas hacia los cuerpos femeninos terminan en muertes violentas como feminicidios. Siendo estos crímenes la última de las instancias dentro de los círculos de violencia hacia la mujer.

Amnistía Internacional reconoce tres modalidades en las que se presenta la violencia contra la mujer (2004, pág. 4). Es muy importante que todas estas puedan ser violencia de tipo física, psicológica, emocional, económica, simbólica y sexual. La primera es la violencia en el espectro de la comunidad. Esta se refiere a todas las acciones dañinas hacia la mujer que ocurran en el espacio público o social de una comunidad. “La trata de mujeres, la prostitución forzada y el trabajo forzado también se incluyen dentro de esta categoría, así como la violación y otros abusos a manos de grupos armados” (Amnistía Internacional, 2004, pág. 4). Aquí es importante reconocer los abusos sexuales que ocurren en línea o de manera digital. La segunda es la violencia contra las mujeres perpetuada en el ámbito familiar. Esta modalidad de violencia se reconoce también como

violencia intrafamiliar o doméstica. Esta incluye “palizas de la pareja, abusos sexuales de niñas en el hogar, violencia relacionada con la dote, violación conyugal, y mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales lesivas” (Amnistía Internacional, 2004, pág. 4). La condición de esclavitud y abusos o agresiones sexuales contra trabajadoras domésticas o ayuda del hogar, también se incluye en esta categoría. Finalmente tenemos la tercera modalidad que es la violencia ejercida desde el Estado. Esta abarca los actos lesivos perpetrados por las fuerzas públicas o personas en cargos públicos en contra de los cuerpos femeninos.

Una vez identificada la violencia contra la mujer y sus tipos, es esencial entender de dónde viene y cuáles son las causas de este fenómeno que afecta a mujeres y niñas alrededor del mundo y en Ecuador. Recordando que el abuso a los cuerpos femeninos existe en todos los espacios socioculturales y socioeconómicos sin contemplar etnia ni clases sociales. “La supervivencia histórica de la violencia de género estaría determinada en gran medida por la influencia de construcciones sociales notoriamente diferenciadas en función del género” (Delgado-Álvarez, 2012, pág. 2). Esto causa actitudes en la sociedad que diferencian a la persona en base de su sexo o género. Las construcciones sociales que existen en base al género y al sexo impulsan la existencia de violencias contra grupos minoritarios que disponen de menos poder.

La creencia de que el hombre y la mujer, por su condición sexual y de género deben ser ubicados en espacios diferentes socialmente son las construcciones sociales por las cuales se desvaloriza a un grupo sobre el otro. Esta es “una división percibida como natural y arraigada en la biología, que a su vez produce profundas consecuencias psicológicas, conductuales y sociales” (Candace & Don, 1999). Estas construcciones sociales perpetúan los roles de género que han sido impuestos en el espacio donde se desenvuelven las personas. Los hombres están designados socialmente a ocupar

espacio, especialmente espacio público siendo seres dominantes, mientras que el rol de la mujer se concibe socialmente en el espacio privado, como cuidadora de la familia sumisa y delicada. “Es un ejercicio que produce daño a quien la recibe y se expresa en el marco de las relaciones asimétricas de poder entre hombres y mujeres” (Jaramillo-Bolívar, 2020, pág. 181). El designar ciertos espacios, actividades, acciones y actitudes por género crea una diferencia de poder social que se enfatiza en dar prioridad a uno sobre el resto. Esto estipula y enraíza los roles de género.

“En relaciones violentas se evidencia una esquematización rígida y perversa de los roles de género, definidos como prescripciones referentes a las condiciones idóneas para alcanzar el estatus de hombre o mujer” (Delgado-Álvarez, 2012, pág. 1). Estas construcciones sociales y roles de género asignado causan que un género tenga más poder sobre el otro y que pueda ejercerlo a su antojo. Esta desigualdad entre un sexo o género del otro muchas veces nubla la realidad de que “derecho a ser tratadas con respeto, libres de toda discriminación, coerción o manipulación” (Jacome, 2021, pág. 25)

“Las relaciones de desigualdad crean asimetrías de poder, tanto en el sector público como privado, evidentemente colocan a la mujer en una situación de desventaja” (Guillén-Ojeda, 2021, pág. 146). Socialmente aquí nace la desigualdad, en el manejo del poder de un sexo y grupo social sobre el resto. La normalización de los roles de género como algo natural y las construcciones sociales que existen sobre estos roles que deben cumplir las personas por su sexo biológico intensifican la normalización de patrones violentos y de sumisión. “En nuestras sociedades la violencia sexual (y de género) ejercida contra las mujeres responde a estructuras patriarcales y machistas que se van reproduciendo a través de nuestras culturas, nuestra historia y nuestra vida cotidiana” (García, 1997, pág. 169).

1.2 La realidad de la mujer en Ecuador y la región.

En el artículo nueve de la Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (2018, pág. 11) se estipula 23 derechos que tienen las mujeres y niñas ecuatorianas en caso de ser víctimas o sufrir violencia. Se menciona acceso a educación sexual, a ayuda legal, salud, protección de la fuerza pública, no ser sometidas a re-victimización, y muchos ejercicios más. Lamentablemente, en Ecuador estos derechos casi no se gozan o son inexistentes para mujeres, adolescentes y niñas víctimas de violencia. Dice además en la introducción del artículo que “Las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, en toda en su diversidad, tienen derecho al reconocimiento, goce, ejercicio y protección de todos los derechos humanos y libertades contemplados en la Constitución de la República” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2018, pág. 11). La realidad del país es otra y los índices de violencia siguen en aumento año tras año.

Se debe mencionar una problemática enorme por violencia perpetrada contra las mujeres y niñas que experimenta Ecuador. Es el segundo país de la región con mayor índice de niñas madres. En 2017, en el Registro Estadístico de Nacidos Vivos y Defunciones, se contabilizaron 2.247 nacidos vivos de madres de 10 a 14 años de edad y 54.051 nacidos vivos de madres de 15 a 19 años de edad (INEC, 2018). Hay que recalcar que en según el artículo cuatro del Código de la Niñez y Adolescencia del Ecuador “Niño o niña es la persona que no ha cumplido doce años de edad. Adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad” (Congreso Nacional del Ecuador, 2003).

La Asociación Latinoamericana para el Desarrollo Alternativo (ALDEA), crea mínimo dos veces al año mapas de los feminicidios ocurridos en el país. Desde hace algunos meses la Fiscalía General Del Estado (FGE) también lo hace. Lo preocupante

aquí es que los datos territoriales, que levanta ALDEA y los datos estatales de la FGE no coinciden. En un reporte emitido por ALDEA se contabilizan 8409 mujeres víctimas de femicidio en Ecuador desde 2014 hasta el 2020 (Fundación ALDEA, 2021). Mientras que en el último informe de la Fiscalía con corte el 03 de octubre del 2021, se contabilizan 500 mujeres muertas por causa de crimen de femicidio de agosto del 2014 a agosto de 2021 (Estado, 2021). Hay una diferencia enorme de números y lo único que podemos asegurar es que año tras año el índice de muertes violentas y feminidios en el Ecuador aumenta.

Finalmente, en el ENVIGMU (INEC, 2019, pág. 17), realizado a adolescentes y mujeres de 15 años en adelante, consta que 65 de cada 100 mujeres en el Ecuador, han experimentado por lo menos un hecho de algún tipo de violencia en alguno de los distintos ámbitos a lo largo de su vida. El 57% de las mujeres encuestadas afirma haber sido víctima de violencia psicológica, el 35.4% ha sido víctima de violencia física y el 32.7% ha experimentado violencia sexual a lo largo de sus vidas. Estamos hablando de un país donde cada 3 horas muere una mujer víctima de femicidio.

CAPÍTULO II

CÍRCULO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Como se evidenció anteriormente con estadísticas, la violencia contra la mujer está presente de manera constante en la sociedad afectando tanto a niñas y adolescentes como a mujeres adultas. Y aunque muchas veces se normaliza, la violencia de pareja o intrafamiliar es una de las principales formas de abuso. Esta violencia perpetrada no se crea de la nada y sin razón. En este capítulo se va a exponer el círculo de la violencia, la razón por la que existe y las herramientas que desde la psicología y la sociología se han aplicado para detener esta práctica que se ha normalizado a nivel cultural.

2.1: Círculo de la violencia contra la Mujer:

En 1979 la psicóloga estadounidense Lenore E. A. Walker desarrolló el concepto de el círculo de la violencia contra la mujer en el quinto capítulo de su libro *El Síndrome de la Mujer Maltratada* (Walker L. E., 1979). Ella trabajaba con mujeres que estaban saliendo de relaciones abusivas y de hogares de maltrato. Esto la llevó a identificar un patrón en el comportamiento de la pareja abusiva. También, de esta manera teorizar para más adelante buscar una manera de ayudar a las mujeres a superar estos traumas y además para prevenir a otras mujeres de involucrarse en estas relaciones abusivas. Es importante destacar que, en este trabajo, trabajaremos con el libro re-publicado en el 2009 de la psicóloga y conceptos de la primera versión.

Este término de círculo de la violencia hace referencia a la manera cíclica en la que las víctimas de abuso de género experimentan agresiones por parte de su maltratador. Comúnmente se conoce se una la frase que describe a la perfección el concepto y es el “círculo vicioso” pues se repite constantemente y las personas involucradas no logran encontrar manera de romperlo o apartarse de él. Existen varios factores que refuerzan y

hacen tan fácil que una mujer caiga en estos círculos de violencia y no pueda desprenderse con facilidad.

En el primer capítulo se mencionaron las razones sociales e institucionales por las cuales existe la violencia contra la mujer. Pero, aquí es importante destacar las razones por las cuales se perpetúa el círculo de la violencia. Entendiendo que generalmente son las mujeres con menos acceso a educación y oportunidades laborales las que están más expuestas a ser víctimas de violencia. Esto sin excluir a mujeres de otros niveles socioeconómicos.

Primero tenemos la desigualdad social en lo laboral y las oportunidades de trabajo. Muchas mujeres víctimas de violencia no tienen las herramientas ni la formación profesional para poder mantenerse solas o salir adelante. Esto crea una dependencia enorme a la pareja, pero sobre todo genera una alusión de poder entre quien lleva el dinero y quien no produce capital. A partir de este aparece una segunda razón y es la existencia de hijos o hijas. El miedo a no poder mantener a los niños por no conseguir un trabajo que las acepte como madres solteras. Aquí hay una segunda razón y es la creencia de que los niños y niñas no deberían crecer sin una figura paterna, “por lo que algunas mujeres no quieren que sus hijas/os se tengan que separar del mismo” (Mateo, 2015, pág. 96) y por esta razón aguantan los maltratos efectuados en ellas. Esta idea de familia tradicionalista que se perpetúa en la sociedad influye en la decisión de las mujeres de abandonar relaciones de maltrato.

Después tenemos razones institucionales Para empezar la falta de acceso a educación sobre violencia y métodos de protección en caso de experimentarla. En últimas décadas esto ha venido mejorando. En el Ecuador se han creado leyes tales como la Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. Pero, aunque estos avances son positivos, el cumplimiento de las leyes no es tan efectivo. Siguen siendo

la mayoría de los casos que quedan en la impunidad. “La ausencia de apoyo institucional obliga a las mujeres en procesos de exclusión social a someterse a las relaciones de violencia o a volver a ellas, por lo que se puede considerar un tipo de violencia institucional” (Mateo, 2015, pág. 96).

Desde la teorización de Walker el círculo de la violencia de género contra la mujer es un patrón que se encuentra dividido en tres fases importantes: Fase I: construcción de la tensión, fase II: el abuso y fase III: El arrepentimiento y la luna de miel (Walker L. E., 2009, pág. 91).

Fase I: En esta fase o etapa del círculo de la violencia se empieza a acumular la tensión en la pareja. “El maltratador expresa insatisfacción y hostilidad, pero no en una forma extrema o máximamente explosiva” (Walker L. E., 2009, pág. 91). Empiezan a aparecer los primeros síntomas de molestia de parte de la pareja hacia la mujer, causando que esta busque la manera de calmar o satisfacer las necesidades que se están reclamando. Estos reclamos o inconformidades por parte del maltratador pueden venir en forma de insultos, otros comportamientos maliciosos intencionales o pequeños incidentes de abuso físico según Walker (El síndrome de la mujer maltratada., 2009, pág. 91). Es en esta etapa cuando se debería identificar al agresor y la posibilidad de una relación afectiva de abuso, pero lamentablemente no sucede así. En respuesta a las actitudes hostiles, a menudo las mujeres sienten que logran calmar o tranquilizar a la pareja. Esta acción genera una idea de que ellas sí pueden controlar o satisfacer al hombre y se convierte en “un reforzador para la conducta del victimario” (Alvarez, 2017, pág. 146)

Fase II: La tensión aumenta y el peligro se vuelve más evidente. Esto causa que la mujer se asuste y sus esfuerzos por controlarlo o calmarlo se tornen a retenerse con miedo. Walker menciona que esta tensión se va acumulando desde la fase I hasta llegar a un punto incontrolable (Walker L. E., 1979, pág. 59), donde ocurre la explosión y el

maltrato a la mujer. Estos momentos de agresiones físicas generalmente se contienen hasta el momento en el que la pareja esté sola y no en espacios públicos. “La fase de maltrato agudo concluye cuando el agresor se detiene, por lo general, con su cese, de desfogue físico” (Walker L. E., 2009, pág. 94). Esta etapa puede terminar en graves lesiones, cortes, insultos y hasta en femicidio. Aparte del desgaste físico causado en la mujer, si en el entorno hay niños o niñas esto afecta enormemente la salud mental de los mismos. “Posteriormente del suceso, probablemente exista una separación o un alejamiento entre la pareja” (Alvarez, 2017, pág. 146). Cuando el círculo de la violencia es intrafamiliar esto puede no suceder, pero puede haber alguna forma de rechazo de la mujer hacia el hombre. Este distanciamiento y el abuso físico abren el camino para la fase tres.

Fase III: Esta es la fase de arrepentimiento del agresor con la víctima. En estos momentos, el hombre buscará la manera de redimirse pidiendo disculpas, haciendo regalos y demás actitudes amables para conseguir el perdón de la mujer. El agresor, como explica Walker, muestra amabilidad y remordimiento (Walker L. E., 2009, pág. 95) hacia la víctima y promete que no volverá a suceder. En este punto tanto el agresor como la víctima, especialmente en el inicio de la relación, creen que esto realmente no volverá a suceder. “Esta tercera fase proporciona el refuerzo positivo para permanecer en la relación” (Walker L. E., 2009, pág. 95) y caer nuevamente en una etapa que se denomina como “luna de miel”. Esto quiere decir que vuelven a vivir momentos como los primeros de la etapa de noviazgo y enamoramiento por estas falsas actitudes que nublan. De aquí en adelante el círculo se repite y no hay necesariamente un tiempo estipulado en el que esto debe ocurrir.

Ahora que ya se ha identificado el círculo de la violencia y sus etapas se debe entender como este proceso aísla, re-victimiza y pone en mayor riesgo a la persona

abusada. Al momento de la violencia física, habrá personas, familiares o amigos, que auxilien y ayuden a la víctima. Lo que sucede con esto es que en la tercera etapa, cuando el abusador consigue ser perdonado y vuelven a la relación amorosa, “probablemente la persona que asistió a la víctima sea tachada como “chismosa” y la víctima comenzará a aislarse de la persona que la intentó apoyar” (Alvarez, 2017, pág. 146). Este aislamiento por parte de la víctima agudiza mucho más la problemática de violencia ya que cuando el círculo llegue a su punto más violento en otra ocasión, la mujer ya no contará ni hablará con nadie de lo sucedido, haciéndola más vulnerable y más fácil de manipular. “Aunque las mujeres maltratadas son bastante sensibles al surgimiento de tensión y percepción de peligro, a menudo cierran sus sentimientos intuitivos al tratar de calmar al agresor” (Walker L. E., 2009, pág. 102). De todo este proceso y actitudes nace que experimenta y que tienen las mujeres víctimas de violencia de género contra la mujer en este círculo nace el concepto de síndrome de mujer maltratada (BWS) de Walker. Lo que es importante destacar es que “la exclusión social no sólo afecta a personas (violentadas) sino a grupos sociales enteros” (Mateo, 2015).

CAPÍTULO III

COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y CÍRCULOS DE LA VIOLENCIA

Como se ha demostrado anteriormente el círculo de violencia contra la mujer, es un fenómeno social que se repite constantemente dentro de las relaciones de pareja, matrimoniales o laborales. Este es un proceso que no es fácilmente reconocido por la sociedad ecuatoriana y no es fácil de identificar. Muchas veces se escucha como las mujeres que viven violencia o que salieron de relaciones abusivas son re victimizadas con cuestionamientos como “Pero, ¿por qué no te fuiste?” o “Es su culpa por aguantarlo” o mensajes de personajes públicos importantes como el mas reciente ejemplo en el discurso en el Día Contra La Violencia Contra La Mujer #28N, de la primera dama del país, María de Lourdes de Alcívar que dijo: “No mujeres, no somos víctimas de nadie; solo de nosotras mismas si nos dejamos, si nosotras no nos hacemos respetar pues nada va a cambiar” (Alcivar, 2021).

Por esta normalización social aceptada por la comunidad de la violencia contra la mujer y el círculo de violencia, es indispensable reconocer primero la afectación a todas las áreas social que esta problemática tiene, segundo recalcar la manera en la que ha sido y sigue siendo normalizada constantemente a través de los medios de comunicación y espacios públicos de nuestro país. Finalmente, se destacará como la comunicación, como área profesional puede ser una herramienta clave para la detección temprana del círculo de la violencia y la prevención de la violencia de género. Todos los puntos a continuación son formas, maneras y herramientas que comunican de una u otra manera violencia de género.

Reafirmando que la violencia a la mujer es una violación directa a los derechos humanos, se debe mencionar que es una problemática que acarrea consigno varios problemas que afectan a toda lo sociedad. El entrono completo de la mujer maltratada se

ve afectado. Por un lado, está el desgaste ya afectación personal psicológico de la mujer, después tenemos a los niños o/y niñas que también perciben este abuso. “Además de los costos humanos, la violencia contra las mujeres drena el presupuesto de los sectores de la salud y de la justicia, debido a los gastos de tratar a las sobrevivientes y procesar a los agresores, aparte de los costos por pérdida de productividad y ausentismo” (Guedes A, 2014, pág. 41)

Cada una de estas aristas de la comunidad que se ven afectadas por esta agresión cíclica que viven muchas mujeres en el país debe ser comprendida para entender la importancia de este tema y saber de que manera de necesita comunicar a la sociedad, especialmente a los grupos en riesgo como mujeres jóvenes. Cada uno de estos puntos es una forma en la que se está comunicando a la sociedad la gravedad y el importante impacto social que tiene el círculo de la violencia para todas las personas alrededor de una mujer maltratada.

3.1 La normalización social y mediática de la violencia contra la mujer.

Una vez comprendidas las todas las áreas sociales y el desempeño humano que se ven afectados por la violencia de género contra la mujer, aparece una enorme pregunta que debe ser resuelta: ¿Cómo se permite que la violencia siga ocurriendo de manera tan cotidiana y normalizada? Es aquí donde es indispensable llamar a la mesa a los medios de comunicación y personas influyentes de la comunidad ecuatoriana y latinoamericana. Muchas veces no nos detenemos a pensar como todas estas ideas se transmiten con tanta rapidez y popularidad. Son los medios, la difusión masiva de contenido y el consumo del mismo que influyen en como un grupo social o varios perciben una temática social de una manera u otra.

Todo contenido mediático, digital o publicitario comunica a los públicos y esas ideas se quedan en la cabeza de las personas. Es por eso que programas, publicidades o información que toman como mofa o burla la violencia de género y la violencia contra la mujer son altamente dañinos para nuestra sociedad. De la misma manera es muy nocivo cuando se habla de violencia contra la mujer sin el cuidado de no re victimizar o culpabilizar a la víctima. Todas estas prácticas se dan por la falta de conocimiento sobre el tema y también por el sexismo institucionalizado de la sociedad en la que se desarrollan estos conflictos. Con personajes públicos, ya sean estos políticos, artistas o *influencers*, ocurre lo mismo. Toda la cultura popular que se consume esta sumida en estos estereotipos que fortalecen el abismo jerárquico entre hombres y mujeres, es decir “los estereotipos contienen una evaluación que justifica las diferencias sociales” (Ordoñez Suárez-Avilés, 2020). Y están fuertemente representados en los espacios informativos y de consumo de los ecuatorianos.

En el país existen un sin número de ejemplos de programas televisivos que normalizan y se podría decir que hasta fomentan la violencia hacia la mujer. En este caso se mencionará como un breve ejemplo el programa “La Pareja Feliz”, telenovela donde se narra la vida de pareja de *La Mofle y Panzón*. Es una pieza red cultura popular reproducida en el canal *Teleamazonas* en el Ecuador y una referencia enorme de el problema gigante que enfrentamos en el país sobre la normalización de la violencia contra la mujer. En el programa se ve claramente el maltrato, abuso psicológico y físico, que vive la esposa. Están tan presente estas actitudes abusivas en la serie, que la imagen de portada se puede ver al personaje del marido en una posición alzando la mano en forma de puño al lado de su supuesta esposa. Este es un programa derivado de otra pieza televisiva llamada *Vivos*, donde también se normaliza el acoso, el abuso y el maltrato a la mujer perpetuando la idea de jerarquización de un género sobre otro.

Esta perpetuación del círculo de la violencia no se queda solamente en los programas ficticios. Hemos visto como políticos y personas de cargos públicos importantes se refieren a las mujeres como objetos inferiores e incapaces. Ejemplos sobran, como el mencionado anteriormente de la actual primera dama del Ecuador. Pero, en el 2020 durante su mandato, Lenin Moreno hizo un comentario a desvalorizando el acoso a la mujer y las denuncias por este problema. “Las mujeres denuncian el acoso” cuando se trata de un hombre feo” (Rincón, 2020). Estas palabras del ex mandatario son creencias populares que se han repetido centenares de veces en la popularidad de nuestra sociedad.

El mayor problema de estos ejemplos expuestos, es que la cultura se forma a través de estos personajes y estos medios de comunicación. Estos “han tenido un papel crucial en su vertiginoso crecimiento y mantenimiento de su fuerza, en donde la violencia se visualiza “naturalizada” y no como uno de los grandes males que agobian a la sociedad, y especialmente a las mujeres” (Ferrer, 2020). Los canales que comunican deberían tener cuidado con la manera en al que refieren este conflicto a la sociedad y en vez de desinformar buscar las maneras para afectar de manera positiva al imaginario colectivo de la sociedad sobre como realmente se puede erradicar la violencia de género contra la mujer.

3.2 ¿Cómo interviene la comunicación en la prevención de la violencia de género?

La estrecha relación que existe entre la violencia psicológica, física, económica y sexual y el entorno social de las personas indica que es indispensable crear estrategias que ayuden a educar sobre esta temática y sobre todo a erradicar este problema. Estos programas deben abordar simultáneamente la violencia contra las mujeres, la prevención para mujeres jóvenes y la comprensión del círculo de la violencia. De esta manera las mujeres pueden estar equipadas de herramientas y conocimiento que pueden ayudarlas a

prevenir e identificar posibles parejas nocivas. Para crear esta concientización las herramientas de la profesión de comunicación social son efectivamente útiles.

Al “enfrentar las normas y las actitudes que respaldan la desigualdad de género, que aprueban la violencia contra las mujeres o la consideran como asunto “privado”.” (Guedes A, 2014, pág. 27), se puede comenzar a cambiar la estructura jerárquica social que existe actualmente. De esta manera rompemos con ideas populares como que el hombre es más fuerte, proveedor y macho, y que la mujer es sumisa, de casa y más débil. Desde la ciencia de la comunicación existen varios campos profesionales, como las relaciones públicas, la comunicación social y demás, que pueden ayudar a fomentar este cambio de perspectivas en la mentalidad de la población.

“Es importante que desde la comunicación se construya una agenda propia que priorice temas, desde la investigación y la producción, que apunten a las transformaciones que se desean en educación, derechos humanos, medio ambiente, equidad de género, sostenibilidad, gobernabilidad, participación y democracia, veedurías ciudadanas, generación de políticas públicas, entre otros, como una forma de representación social y como una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales” (Gómez, 2011, pág. 209)

Esta agenda que se menciona es indispensable hoy en día que los derechos humanos están ganando mayor importancia dentro de las políticas públicas, pero no necesariamente en el cotidiano vivir de la sociedad como la ecuatoriana. La comunicación es una herramienta importante para cumplir con esta agenda y el desarrollo social. “En un contexto en el cual la información y el conocimiento pasan a ser claves como valores inmateriales para el funcionamiento social, sus procesos de construcción y comunicación adquieren también un papel vital” (Rodríguez Guerrero, 2019, pág. 2). Al comunicar de manera asertiva y con las herramientas adecuadas para generar un impacto se puede

cambiar el funcionamiento completo de la sociedad sobre el trato y maltrato hacia las mujeres. Es aquí donde entra el rol del o de la comunicadora social y sus habilidades para crear campañas consientes y eficientes para transmitir el mensaje a los públicos adecuados y efectivizar ese cambio y educar sobre la temática.

Hoy en día existe la posibilidad de comunicar por varios medios de manera simultanea. Están los medios tradicionales, de consumo masivo, los de nicho, los medios y plataformas digitales y las redes sociales. Además, del clásico boca a boca. Todos estos espacios deben ser aprovechados para compartir conocimiento que intervenga con la problemática, en este caso con la problemática social del círculo de la violencia contra la mujer. Todas estas formas de difundir información a las personas “se trata de la sociedad global de información y de un nuevo universalismo basado en el *free flow information*” (Rodríguez Guerrero, 2019, pág. 5). Lo importante aquí es recordar que la información difundida hoy en día puede ser bidireccional y eso suma conexión y cercanía con los públicos. Las redes sociales y el manejo de la comunicación en Internet permiten que las personas interactúen con el contenido, den sus puntos de vista y compartan sus experiencias. En una campaña social por los derechos de las mujeres, esto puede ser una fuerte herramienta para conectar con posibles victimas o victimas de violencia que requieran ayuda y puedan encontrar aliadas en gracias a la bidireccionalidad.

CAPÍTULO IV CAMPAÑA COMUNICACIONAL

4.1 Metodología e Investigación Cualitativa.

A partir de la investigación realizada anteriormente sobre el círculo de la violencia de género contra la mujer, hemos avanzado a formular y realizar una investigación cualitativa sobre esta temática, con el fin de desarrollar una campaña de comunicación. Como se mencionó anteriormente el problema del círculo de la violencia de género afecta a toda la sociedad, no solamente a un grupo minoritario o a un nivel socioeconómico. Está presente y normalizado en nuestra cultura. La investigación constó de varios procesos que demuestran lo mencionado en los capítulos anteriores y desarrollar la idea de campaña social que se va a desarrollar.

Para iniciar se planteó el problema al que se busca responder y este es la falta de conocimiento sobre el círculo de la violencia que causa re-victimización y obliga a las mujeres víctimas de violencia a quedarse calladas. Para empezar a responder a esta problemática social que queremos cambiar se debe hacer un escaneo de la información que ya existe sobre esta temática tanto en medios de comunicación como en la legislación. Los medios son las principales fuentes de información para la sociedad. Se encontró solamente tres noticias con temática sobre el círculo de la violencia de género. Las primeras dos en el diario El Comercio y la tercera en el diario Expreso. Ninguna de estas notas explicaba el funcionamiento de este proceso, ni brindaba herramientas de ayuda para que las mujeres que están viviendo esto puedan encontrar un auxilio. También se desea mencionar una campaña realizada por el gobierno nacional llamada “Ecuador, actúa ya. Violencia de Género Ni Más”. Consta en una serie de videos donde diferentes personas de distintas etnias, culturas y niveles socioeconómicos hablan sobre la violencia de género que han experimentado y las razones por las cuales debemos combatirla.

En cuanto a la legislación nacional, si existen amparos para todas las personas víctimas de violencia de género como se mencionó en capítulos anteriores. Estas leyes son La Ley para prevenir y erradicar la violencia contra la mujer y varios artículos en el Código Orgánico Integral Penal. Los artículos son: 156-159, 166, 170-171, 277, 422, 465. Lo interesante es que la legislación sí habla sobre violencias como la psicológica, patrimonial y económica, pero lamentablemente al igual que las violencias físicas no son penalizadas en muchos casos.

Una vez realizado este proceso de investigación sobre la información ya existente en el tema, se pasó a definir cuatro puntos por los cuales es importante abordar este tema en la sociedad y que barreras comunicacionales existen actualmente para hacer esto. Este tema debe ser hablado en la esfera pública por varias razones, pero las más importantes desde el enfoque de esta investigación son las siguientes. Primero, los índices de violencia contra la mujer en Ecuador y en la región latinoamericana cada día crecen más. Segundo, al educar se puede prevenir. Es por esto que tanto mujeres como hombres deben informarse sobre el tema para poder identificar actitudes violentas, machistas y peligrosas. Tercero, al hablar del tema y exponerlo al público se empieza a generar una conciencia sobre el mismo en la sociedad. Por último, es importante abordar el tema para acabar con los tabús que existen actualmente sobre la violencia contra la mujer y especialmente sobre el círculo de la violencia.

Con el deseo de comunicar todo lo mencionado para generar un cambio social, vienen las barreras comunicativas que existen en nuestra realidad y dificultan a la exposición de esta temática. La primera barrera es la realidad de que la sociedad en la que se desarrollará esta campaña es machista. Esto es un tema cultural sí, pero también viene ligado de una segunda barrera que es la falta de conocimiento y apertura hacia el tema de la violencia de género contra la mujer o grupos minoritarios. Al no haber aceptación

social sobre esta problemática y al querer constantemente minimizar la importancia que tiene a nivel cultural se vuelve más complicado llegar a la gente, pues no están dispuestos a escuchar y re-aprender sobre el tema. La tercera barrera es, al igual que uno de los puntos por los cuales se debe hablar del tema, los tabús sociales que se tiene como sociedad ecuatoriana.

Toda esta información ayuda a poner en contexto más real la campaña de comunicación que se desarrollará. Al entender cuales son las razones para difundir esta información y cuales son las problemáticas que van a existir en el camino, se puede tener una mejor idea de hacia dónde hay que direccionar la estrategia de comunicación. Especialmente a quien, es decir los públicos de interés. A continuación, se presentará un listado de los públicos internos y externos a los que se desea alcanzar e informar sobre el círculo de la violencia de género contra la mujer.

a. Internos: Mujeres sobrevivientes, autoridades a cargo de legislaciones y proyectos públicos sobre este problema, Instituciones públicas.

b. Externos: Mujeres víctimas y potenciales víctimas de violencia, auspiciantes y marcas que deseen ser parte de la lucha, grupos feministas y defensores de los derechos humanos, psicólogos, sociólogos, personas interesadas en trabajar con este problema, medios de comunicación y la sociedad en general.

Todas estas personas y grupos son importantes para difundir la información, especialmente a las mujeres y hombres que pueden estar siendo parte de este círculo sin conocer sobre él y sin tener herramientas para tratarlo.

Es por esto que se necesita definir la imagen que se debe proyectar para poder crear un espacio adecuado y consciente para todos los públicos de interés. Primero se quiere demostrar cuidado e interés integral por la salud, el bienestar y la integridad de las mujeres, sus hijos e hijas. También, se desea crear espacios seguros para que las mujeres

puedan aprender sobre el tema y sentirse a salvo no criticadas ni juzgadas. Además, se quiere exponer toda la información de una manera cercana para que todos y todas puedan comprender el círculo de la violencia de género en toda su complejidad. Finalmente, se estará buscando cambiar la idea socialmente aceptada de que las mujeres “no se van, porque no quieren irse”.

Ahora bien, ya se ha definido la intención, la necesidad y la importancia de crear esta campaña de comunicación. Lo que se quiso hacer también fue recolectar información directa de personas comunes y corrientes sobre esta temática. Se realizó un grupo focal de mujeres, entrevistas a dos psicólogas y un testimonio de una mujer que fue víctima del círculo de la violencia.

El testimonio fue realizado a una mujer de 35 años sobreviviente de violencia, quien decidió mantener su identidad oculta pues sigue trabajando en su recuperación. Muchas de las cosas que ella compartió fueron pensamientos y sentimientos desde el lugar donde ella se encuentra actualmente, un lugar de sanación y acompañamiento. Es justamente por esto que ella pudo compartir sus vivencias. “Es un proceso largo y parece imposible estar mejor. Pero se puede y aunque aún tengo fantasmas de lo que sucedió voy saliendo adelante de a poco”. Para ella, la situación que estaba experimentando al estar sumergida en el círculo de la violencia no se veía tan clara como la ve ahora cuando pudo salir de ese espiral violento. Ella mencionaba que al principio la relación fue normal, que hubo pequeñas cosas que su ex pareja hizo que demostraban violencia, pero eran mínimas y las ignoró. Comentó que fue más adelante y sin ella darse cuenta en que comentó que empezó a ganar más fuerza la violencia y ella no supo qué hacer. “Yo no entendía por qué hacía lo que hacía. Me sentía sola y como con vergüenza porque me alejé de todos”. [UdMO1]

A partir de este testimonio y para comprenderlo mejor, se realizaron dos entrevistas a psicólogas clínicas que tienen experiencia laboral o trabajan con este tipo de casos. La primera fue a Emilia Zamora, psicóloga clínica y feminista. La segunda fue a Camila Córdova, psicóloga clínica. Las dos profesionales acuerdan en que el círculo de la violencia de género es una forma teórica de explicar lo que ocurre cuando una mujer sufre violencia comúnmente dentro del contexto de la pareja o de manera intrafamiliar de manera recurrente. Las etapas que se viven, mencionadas anteriormente, pueden darse de muchas formas y en diferentes espacios de tiempo. Según la psicóloga Córdova “Hay que entender el círculo o los círculos de violencia completos. Me refiero que no se puede tomar solo un episodio, se debe ver la imagen completa. Esta es la parte compleja pues muchas veces la violencia siempre estuvo presente, pero de maneras poco conocidas o reconocidas”. Por otra parte, la psicóloga Zamora señaló un aspecto muy importante que más adelante fue fundamental para el desarrollo de la campaña. “Los agresores también han sido víctimas de violencia. No es justificación, es una realidad y es algo que se debe considerar cuando hablamos de buscar soluciones a esta problemática”. Se refiere a que la violencia viene de violencia y esto es algo con lo que concuerdan las personas a cargo de la ONG Salvas con la que se realizó la campaña de educomunicación.

Por último, se realizó un grupo focal con varias mujeres de diferentes edades, niveles socioeconómicos, ciudades y profesiones. Fue una reunión vía Zoom de 1 hora aproximadamente. Se realizaron 6 preguntas sobre violencia de género y círculo de la violencia contra la mujer. Cada una de las participantes realizó su intervención y con cada interacción se enriqueció la conversación. Lo que más destacó fue escuchar todas las distintas visiones que cada una tenía sobre violencia de género y aunque no ninguna estaba segura de lo que era específicamente el círculo de la violencia todas lo entendían.

Toda la información recolectada en este proceso investigativo fue la base esencial para empezar a definir la campaña comunicacional, el enfoque y la fundación con la cual se va a trabajar. Se comprendió que el círculo de la violencia de género está influenciado e influye en otros varios tipos de violencia de género, como por ejemplo la violencia sexual. Desde este parámetro creamos una alianza con la ONG SALVAS para realizar una campaña de educomunicación sobre estas temáticas.

4.2 Juntxs, Salvxs y Sanxs.

Después del análisis realizado anteriormente, se empezó con la realización de la campaña Juntxs Salvxs Sanxs. Esta fue una campaña comunicacional que se realizó con el apoyo y con el fin de apoyar a la ONG SALVAS. Esta es una organización sin fines de lucro que trabaja en el Ecuador dando apoyo gratuito a través de sus líneas de apoyo a personas víctimas y sobrevivientes de violencia sexual. Además, realizan un curso bianual para certificar personas acompañantes de víctimas de violencia sexual. La asociación con esta ONG nació del deseo de vincular el círculo de la violencia, un tema poco conocido y entendido en nuestra sociedad, con una temática que ha estado en constante debate en los últimos años. De esta manera, se pudo educar sobre el círculo y también visibilizar la conexión que existe entre los distintos tipos de violencia y como son un gran problema en conjunto que afecta a las personas del país.

La campaña se desarrolló con enfoque educativo y también con la intención de recaudar fondos para la gestión de SALVAS. Lo más interesante es que la campaña se volvió más inclusiva en el proceso de creación y realización gracias a esta alianza. La realidad es que sin importar el sexo o género establecido o decidido, muchas personas son víctimas de violencia de género, sumidas en círculos violentos o sobrevivientes de abusos

sexuales. Esto fue un paso muy importante que se decidió tomar al realizar la campaña y de ahí su nombre neutral.

4.2.1 Pertinencia de la campaña: Importancia, necesidad de la campaña e impacto académico.

El impacto académico de esta campaña tuvo dos aristas. El primero fue demostrar como las herramientas de la comunicación, las relaciones públicas y los medios digitales pueden conectar la lucha por la igualdad, el feminismo y los derechos de las mujeres, y más temáticas sociales; con públicos que nunca se habían interesado por esto. Es muy común ver como fundaciones, ONGs u organizaciones que hacen labores importantes y necesarias no saben comunicar a la sociedad sobre su trabajo. Necesitan desarrollar espacios para la comunicación, las relaciones públicas y la digitalización y conectar con sus públicos de manera que estos canales les conecten con más oportunidades de apoyo o de financiamiento.

La segunda, y muy valiosa, visualizar en la academia los lenguajes inclusivos, los espacios no heteronormados y liderazgos sin hegemonía de género. Fue una experiencia reveladora la realización de este trabajo ya que se evidenció claramente el machismo dentro del propio debate de estas temáticas y la falta de apertura a propuestas diferentes. El nombre de esta campaña solo ya causaba rechazo en muchas personas, pero esa era la intención. Incómoda para generar un cambio y demostrar que no es una locura buscar crear espacios seguros para cada persona y su manera propia de definirse y su experiencia de vida.

4.2.2 Enfoque social de la campaña (problema social y causa).

El círculo de la violencia está ligado a otros tipos de agresiones como la psicológica, económica, patrimonial y la sexual. Pero, como ya se ha destacado anteriormente, muy pocas personas conocen sobre la implicación, significado y consecuencia de estas. Esta campaña no solo fue importante, sino necesaria. Este tipo de iniciativas son indispensables hoy en día. Es escalofriante leer las cifras de violencia de género y lamentablemente cada día son más grandes los números de personas violentadas o muertas. Crear conciencia y crear conocimiento sobre esto puede salvar la vida de muchas y muchos.

Es esencial destacar también que los procesos legales son re-victimizantes actualmente en Ecuador y esto solo causa que las personas no acuden por ayuda a las instituciones públicas. Las personas que sufren violencia o están dentro de un círculo de violencia ya sienten demasiada vergüenza, impuesta por la sociedad, y necesitan espacios de apoyo no de más dolor. Es por esto que la gestión de SALVAS debe ser expuesta a la mayor cantidad de la población posible. Espacios seguros, de asistencia 24 horas al día todos los días de la semana. Es una fundación que te recibe cuando la persona esté lista o listo para hablar y buscar sanar, sin cuestionamiento o duda sobre esa experiencia. Es el modelo adecuado de cómo debería funcionar la gestión estatal.

4.2.3 Enfoque comunicacional de la campaña.

La campaña Juntxs Salvxs Sanxs tuvo dos enfoques esenciales. El primero fue un enfoque educativo y el segundo un enfoque para dar visibilidad. Desde el inicio de la campaña se enfocó la compartir información sobre el círculo de la violencia, violencia sexual, consentimiento, maneras de pedir ayuda y mucho más. Por el lado de la dar visibilidad la idea fue exponer a la mayor cantidad de personas a la labor que realiza la ONG SALVAS en todo el Ecuador. De esta manera se puede abrir el espacio a nuevos

grupos sociales, nuevas personas que lo necesiten y seguir corriendo la voz de que existe un espacio en donde alguien está listo para ayudar.

4.3 Diseño, planificación y ejecución de la campaña

Para la realización de esta campaña se trabajó en el diseño y planificación para luego proceder a la ejecución de la misma. A lo largo de todo este proceso se contó con el acompañamiento de varias personas y empresas que apoyaron de distintas maneras para crear una campaña que engloba todo lo necesario para cumplir sus objetivos. A continuación, se describe de qué manera se desarrollaron cada una de las 3 etapas que se llevaron a cabo para completar la campaña.

4.3.1 Diseño de la campaña

Lo primero fue elegir el nombre. Como se mencionó anteriormente la campaña lleva el nombre de Juntxs Salvxs Sanxs. Estas tres palabras fueron elegidas pues cada una significa un propósito que se busca cumplir con la campaña. Además, se buscó un nombre que sea diferente y pueda ser fácilmente reconocido por la población. Como se puede ver al usar la letra “x” se buscó mantener el nombre de esta iniciativa como neutro, sin género e inclusivo. Esto por que junto a la ONG se consideró la importancia de reconocer que todas las personas sin importar su género pueden ser víctimas de violencia. A este nombre le acompaña un slogan que busca rectificar que este es un espacio seguro. El eslogan es “Yo te creo, Yo te apoyo, Yo te acompaño”.

El siguiente paso fue crear la identidad visual de la campaña. Para esto fue importante identificar la identidad visual de la ONG SALVAS. El logo de dicha institución está compuesto por tres manos en colores marrón con las siglas en la parte inferior del logo. Por esta razón decidimos usar la idea de las manos en posiciones distintas. Las manos muestran apoyo, acompañamiento, unidad y humanidad, cosas que

tanto la ONG representa y la campaña quiere fomentar. A partir de esto, se identificaron los colores principales que fueron el morado, por el movimiento feminista, el amarillo es el color que se comparte con el logo de SALVAS y finalmente el naranja que identifica a el “movimiento naranja” del cual ya se hablará a fondo más adelante.

Juntxs Salvxs Sanxs fue una campaña de educomunicación, es decir se busco educar y comunicar sobre la temática del círculo de la violencia y su relación con la violencia sexual. El enfoque completo y global de este proyecto fue captar la atención de las personas hacia la concientización de la problemática y de esta manera crear comunidad. Una comunidad que apoye la gestión de la ONG en el tiempo, que se comprometa a seguir difundiendo la información y sobre todo que esté dispuesta a ayudar a personas víctimas de violencia de género. Es importante destacar aquí que dentro del concepto de la campaña se buscó trabajar desde dos espacios para conectar con los públicos. Primero las redes sociales. Se eligió Instagram ya que es una red social con herramientas de comunicación como los en Vivo, historias, publicaciones y comentarios que ayudan a conectar con la comunidad. La segunda, una estrategia muy fuerte de relaciones públicas con personas influyentes. Estas dos serán explicadas con mayor profundidad en el siguiente punto.

Para esto, fue muy importante determinar el mapa de públicos de esta campaña. De esta forma se pudo encontrar la manera más efectiva y adecuada de conectar con los diferentes segmentos a los que se quería llegar. Los grupos de interés fueron 4 principales: Publico Objetivo, Entidades de cooperación, Formadores de imagen y organismos de control. En la campaña se trabajó principalmente con formadores de imagen y público objetivo. A continuación, se presenta dicho mapa:

Gráfico No. 1 Mapa de Públicos para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs

Mapa de públicos				
Grupos de interés, vinculación e influencia.	Actores	Interés de relación	Interés	Influencia
Público Objetivo	Mujeres víctimas y potenciales víctimas de violencia machista. Hombres y mujeres de todo el país.	Conseguir que sea adpto a la campaña y mensaje.	Poco interesados.	Poco influyentes
	Psicólogos, sociólogos, personas interesadas en trabajar con esta temática y enseñarla.		Muy interesados	Influyentes y con información
Entidades de cooperación	Fundación Salvax	Apoyo en procesos de información, activación y expansión del mensaje.	Muy interesados	Con la información.
	Grupos Feministas			
Formadores de imagen	Medios de comunicación locales y nacionales. Influencers.	Divulgación y legitimidad de la campaña.	Interesados	Muy influyentes y con poder.
Organismos de control	Ministerio de Salud. Fiscalía	Permisos, gestión de lobbying, autorizaciones.	Poco interesados	Con Poder

Hecho por: Manuela Córdova

4.3.2 Planificación

Una vez que se definió el concepto, identidad visual y mapa de públicos se inició con la etapa de planificación. En esta fase se concretaron los objetivos, estrategias y tácticas en el desarrollo de la misma. Además, se realizó la planificación de la estrategia digital de la campaña.

La planificación de la campaña está compuesta por tres áreas esenciales para el desarrollo adecuado de la misma. La primera las fases. En esta ocasión tuvimos tres fases: expectativa, desarrollo y recordación. Esta fase va estrictamente ligada con el desarrollo y publicación de contenido en redes sociales. En el periodo de expectativa, se abrieron las redes sociales, se empezó a invitar a la gente a seguir y sobre todo se destacó la unión de la campaña con la ONG. En el periodo de desarrollo se realizaron todas las actividades, como las digitales, relaciones públicas y lanzamiento y venta del producto connacional. Finalmente, en el periodo de recordación se realizó un evento de cierre y contacto directo y personal con cada una de las personas que apoyaron a la campaña, así

como el cierre digital. Todas estas etapas se realizaron a favor y en concordancia con los objetivos de la campaña.

Los objetivos de la campaña estuvieron divididos en objetivo principal y objetivos secundarios. En el siguiente gráfico se podrán identificar:

Gráfico No.2 Matriz de Objetivos para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs

Objetivos de la campaña:	
General:	Realizar una campaña de comunicación que involucre a la sociedad para educarlos sobre el círculo de la violencia de género y su influencia en la violencia sexual, de la mano de fundación Salvxs.
Específicos:	Educar sobre el círculo de la violencia y su relación con la violencia sexual.
	Visibilizar la violencia y desnormalizarla en nuestra sociedad
	Recaudar fondos para Salvxs por medio de merchandizing o productos que ayuden a posicionar la fundación.

Hecho por: Manuela Córdova

El objetivo principal es bastante claro, pero sin el desarrollo y cumplimiento de los 3 objetivos específicos esto podría ocurrir. Fue necesario identificar estrategias puntuales para cada uno de los objetivos específicos para de esta manera desarrollar la campaña de manera circular y lograr que cumpliera con lo puntualizado.

Las estrategias fueron determinadas a partir de una matriz realizada y se concretaron como tres. La primer redes sociales, la segunda RRPP de influencer y la tercera producto comunicacional. Las redes sociales sirvieron como la puerta de entrada para conectar, informa y consolidar la comunidad en un solo espacio. Esta también fue la manera más efectiva de conectar los públicos con la gestión de la ONG SALVAS ya

que sus redes estaban activadas anteriormente y la información que contienen es de calidad. La estrategia de relaciones públicas con influencer fue la estrategia que impulsó el deseo de conectar con nuevas audiencias. Como se mencionó anteriormente, nuestro público objetivo eran mujeres víctimas de violencia (realmente cualesquiera personas víctima de violencia de género) y esto no se limita a un grupo social, clase, edad o nivel económico. Es por eso que se buscó trabajar con la mayor cantidad de influencers de distintas áreas para afectar en distintos espacios sociales. La tercera estrategia fue para consolidar la comunidad y recaudar fondos para la fundación. Esto se lograría con la creación y lanzamiento de la pulserita SALVAS. Cada manilla tuvo un valor de \$3 y la totalidad de los fondos recaudados al finalizar la campaña se entregarán a la ONG directamente para que sean utilizados en lo que necesitas para continuar e impulsar su misión su gestión.

Gráfico No.3 Matriz de Estrategias para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs

MATRIZ ESTRATÉGICA:				
Objetivo específico				
Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Nuestra estrategia será específicamente de relaciones públicas. Queremos que con la ayuda de personas influyentes y los medios de comunicación podremos hablar del tema, apoyándonos en redes sociales, y la venta del producto para levantar fondos.	A través de una campaña de comunicación educar sobre el círculo de la violencia de género y su influencia en la violencia sexual, de la mano de fundación Salvax. Mientras levantamos fondos con productos que ayuden a identificar a la fundación.	Medios de comunicación, influencers, sociedad en general, mujeres posibles víctimas.	Medios de comunicación, redes sociales, marketing digital, venta de productos para recaudar fondos.	Posteo en redes, campaña de PR con influencers, gira de medios, evento de lanzamiento de productos.

Hecho por: Manuela Córdova

La planificación digital de la campaña fue muy importante para la correcta realización del trabajo de tesis. Para esto se creó una tabla de contenidos a publicar o *Chronopost*. Fue realizado con anterioridad al lanzamiento de la campaña para tener una imagen clara de cómo las publicaciones aportarían a la realización de los objetivos. A continuación, se presentará este cuadro:

Gráfico No.4 *Chronopost* para Campaña Juntxs Salvxs Sanxs

Semana	Día	Hora	Actividad	Colaboradores
53(21-26 marzo)	Miércoles		Post expectativa máxin Salvxs y Campaña	Salvas
	Jueves	7:00 PM	Post historias	Salvas
	Viernes	7:00 PM	Post de introducción de campaña	
	Sábado	7:00 PM	Post explicativo sobre el círculo de la violencia	
	Martes	7:00 PM	Historia post Salvxs	Salvas
	Jueves	7:00 PM	Post sobre violencia sexual	Salvas
	Sábado	7:00 PM	Post 3 objetivos de la campaña	
53(4-9 abril)	Martes	7:00 PM	Post de como ayudar a salvxs 3 maneras	Salvas
	Miércoles	7:00 PM	Historia y post de expectativa para InstaChats del siguiente día	Mariletsa Terán
	Jueves	7:00 PM	Chats Instagram live la violencia sexual ¿qué es?	Mariletsa Terán
	Sábado	7:00 PM	Historia y post de expectativa para InstaChats del siguiente día	Ana Mulo
	Domingo	7:00 PM	Chats Instagram live círculo de la violencia ¿qué es?	Ana Miroslava Mulo
54(11-16 abril)	Lunes			
	Martes	10:00 AM	Hacer cajas influencers y tenerlas listas para enviar	
	Miércoles	10:00 AM		
55(18-23 abril)	Lunes	7:00 PM	Historia y post de expectativa para InstaChats del siguiente día	Viviana Ordoñez
	Martes	7:00 PM	Chats Instagram REVICTIMIZACIÓN	Viviana Ordoñez
	Miércoles	12:00 PM	Historias Yo te creo, yo te apoyo yo te acompaño	
	Jueves	7:00 PM	Post e historia de lanzamiento de Púlsenta SALVAS	Salvas
56(25-30 abril)	Lunes	7:00 PM	Historia de recetatorio de púlsenta SALVAS	Salvas
	Miércoles	3:00 PM	historia de fotos enviadas por consentido de púlsentas	Etiquetar a las personas en las imágenes
57(2-7 mayo)	Lunes	4:00 PM	Post de presentación de Manu	
	Sábado	4:00 PM	Compartir post Donacion Pú Sánchez	Pú Sánchez
	Domingo	7:00 PM	Post agude ornato chocolate KAMM	
58(9-14 mayo)	Miércoles		historia de fotos enviadas por consentido de púlsentas	etiquetar a las personas en las imágenes
	Viernes	5:00 PM	Post Instagram de invitación al evento de cierre	Salvas, comunidad digital, colaboradores
	Sábado	7:00 PM	Evento de Cierre via zoom (qto conversatorio)	Mariletsa Terán y Mayra

Hecho por: Manuela Córdova

4.3.3 Ejecución y cierre de la campaña

Una vez acordados todos los objetivos y estrategias pasamos a la realización de la campaña de comunicación. El lanzamiento de la campaña oficialmente se hizo el día 23 de marzo con la apertura de las redes sociales. Durante la primera semana se puso en marcha la fase de expectativa donde se habló en varios posts sobre la gestión de SALVAS, la relación con este proyecto y se dio toda la información sobre el propósito de la campaña. Luego de esto iniciamos la etapa de desarrollo que se inauguró con la

primera “InstaCharla”. Estas fueron una serie de pequeños conversatorios con una persona especialista en un tema específico. Gracias a la herramienta de “En Vivo” de la aplicación de Instagram se realizaron 3 de estos conversatorios de 20 minutos, con un promedio de 130 espectadores por cada uno y sobre las siguientes temáticas: Qué es el Círculo de la Violencia, Qué es Violencia sexual, Qué es la Re-victimización. Es muy importante recalcar que todas las actividades realizadas fueron ligadas con la ONG SALVAS y los y las profesionales que colaboran para la misma. Esta fue también una manera de iniciar a formar una comunidad digital, que siguiera la cuenta de la campaña y se familiarizaran con los conceptos y la temática de la misma.

Durante estas semanas de inicio también se puso en marcha la producción del producto comunicacional acordado junto la fundación que fueron las 300 pulseritas SALVAS de hilo naranja. Esto fue para tenerlas lista para el inicio de la siguiente fase. Una vez que concluyeron las “InstaCharlas” se inició con la campaña de relaciones públicas con influencers, Se contactó a un total de 25 personas influyentes de las cuales 21 aceptaron sumarse a esta iniciativa. Esta estrategia consistió en el envío de una caja con una carta personalizada a la persona, la Pulserita SALVAS y un chocolate de la empresa ecuatoriana KAMM. Esta empresa realizó una donación de 300 unidades de chocolates para apoyar la iniciativa. La entrega se realizó a lo largo de la tercera semana de campaña y hasta los últimos días de la campaña los y las influencers siguieron compartiendo contenido. Gracias a esta gestión muchas más personas de distintos círculos sociales pudieron acceder a conocer sobre la propuesta.

Gráfico No.5 Listado Influencers y Apoyo Campaña Juntxs Salvxs Sanxs

NOMBRE	INSTAGRAM	CATEGORÍA	FOLLOWERS	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELÉFONO	ESTADO	RESPUESTA
Ana Isabel Cobo	@anisabelcobov	Moda	7.5k	Quito - Ambato	Ambato Ffcoa. Urbanización La castellana. Toctes y capulies 56	984687809	caja lista	si
Pili Sanchez	@pilisanchezu	Abogada	6k	Guayaquil?	urbanización Las Condes v. 7km 2.5 via samborondon. Familia sanchez ubila	999607735	Donación	si
Mae Guerrero	@ella_es_mae	lifestyle	13k	Quito	leopoldo Sea 0e4-07 y Eloy Alfaro. San Juan bajo Cumbayá	999704805	Publicado	si
Ana Isabel Idrovo	@anisabelidrovo	deporte	5k	Cuenca	Miguel Molina y emilio Lopez s/n. Edificio pencas allas.	989565788	Publicado	si
Gabriela Galaraga	@gabygalaragav	Medios	17k	Quito	av de los shyris n34-402 y portugal. Edificio portimao piso8	984366337	Acceso a medios	si
Lolo Miño	twitter		27k	Quito	Av. republica del salvador. copa airlines	993438244	Publicado	si
Marisol Romero	@marisolromerom	Medios	5k	Quito	Humbolt 504 y José Gómez. edificio calatrava, color amarillo con platead	992505525	Publicado	si
Nathaly Pernet	@nathapernett	derecho	10k	Quito	Jaime Roldos 448 y cordero. Nayon	984604959	Publicado	si
Estefania Alvares	@estefaniaalvrezg	reina de quito	11k	Quito	Interoceánica km4.5 pasaje la retamas, conjunto miravalle del Sol, casa 2	998223968	Publicado	si
Falena	@falena.uio	empowerment	19k	Quito	La primavera 2 de las begonias 212. Edificio POrto.	993362815	Publicado	si
Paola Vintimilla	@paolavintimilla	lifestyle	19k	Quito			Publicado	si
Ma Mercedes Casto		comunidad		quito			Acceso a medios	si
Paulina Andrade	@paulina.andrade.m	moda	8k	Quito	urb paraíso casa 19 tumbaco familia ledesma	997047798	Publicado	si
Anabel Pérez	@anabelperez	comunidad	2k	Quito	camino de la viña. urbanización la viña. campo verde casa2	997320102	Publicado	si
Domenica Cobo	@domenicacobof	lifestyle	28.9k	Cuenca			Entregado	si

Hecho por: Manuela Córdova

El momento que se activó la campaña con las personas influyentes, desde la campaña y la fundación se anunció la venta de las pulseras al público. Esto fue el día 19 de abril del 2022. Es decir, la última estrategia del producto comunicacional tuvo 1 mes de activación. Cada pulsera tenía un valor de \$3 y se incentivó la compra con la publicación de varias imágenes de las personas que ya las tenían. Muchos y muchas de las compradoras compartían la imagen de su muñeca con la pulsera de hilo naranja incluyendo un pequeño mensaje de agradecimiento o con las palabras “movimiento naranja”. Hasta el día 15 de mayo que se realizó el cierre de la campaña se recaudaron un total de \$302 y la venta de 79 ítems.

Gráfico No.6 Contabilidad Venta Pulseras SALVAS Juntxs Salvxs Sanxs

Fecha	Nombre	# de Artículos	Valor	Total	Forma de pago	Número de transeferncia	Estado	Observaciones
19/04/22	Julia Urgiles	1	\$3.00	\$3.00	Efectivo		Entregado	
20/04/22	Gabriela Arguello	1	\$3.00	\$3.00	Efectivo		Entregado	
21/04/2022	Francisco Cordoba	6	\$3.00	\$30.00	Efectivo		Entregado	Donación extra
21/04/2022	Ana María Granados	0	\$3.00	\$10.00	Efectivo	DONACIÓN	DONACIÓN	Cuenca
21/04/2022	Ana Mar Mullo	4	\$3.00	\$12.00	Depósito salvvas	216419	Entregado	
21/04/2023	Alejandra Chiriboga	2	\$3.00	\$6.00	deposito salvvas	63234	Entregado	
23/04/2022	Jose Bermeo	2	\$3.00	\$6.00	deposito salvvas	20836777	Entregado	
25/04/2022	Maria Gracias H	1	\$3.00	\$3.00	efectivo		Entregado	Cookiteria
25/04/2022	Marielis Terán	20	\$3.00	\$60.00	deposito salvvas	7916398	Entregado	
25/04/2022	Caro Teran	4	\$3.00	\$12.00	pendiente		Entregado	
25/04/2022	Grace Holguin	1	\$3.00	\$3.00	efectivo		Entregado	
25/04/2022	Helen Pazmay	1	\$3.00	\$3.00	Efectivo		Pendiente	
25/04/2022	Cristina Pareja	4	\$3.00	\$12.00	deposito salvvas	107274588	Entregado	
26/04/2022	Marie Paez	1	\$3.00	\$3.00	efectivo		Entregado	
28/04/2022	Carmen Salinas	5	\$3.00	\$18.00	Depósito salvvas	186485020900	Entregado	Ambato.
29/04/2022	Denisse Armas	1	\$0.30	\$3.00	Efectivo		Entregado	
29/04/2022	Isabela Herrera	1	\$3.00	\$3.00	deposito salvvas	872572020900	Entregado	Boston
29/04/2022	Fran de la Cerda	1	\$3.00	\$3.00	Efectivo		Entregado	
30/04/2022	Felipe Arguello	5	\$3.00	\$15.00	deposito salvvas	51507783	Entregado	
30/04/2023	Cuka Mora	10	\$3.00	\$30.00	deposito salvvas	467921020900	Entregado	
05/04/2022	Pili Sanchez	0	\$3.00	\$40.00	deposito salvvas		DONACIÓN	Guayaquil/Bélgica
10/05/2022	Karla	4	\$3.00	\$12.00	Efectivo		Entregado	
11/05/2022	Felipe Terán	3	\$3.00	\$9.00	Efectivo		Entregado	
13/05/2022	Gorge	1	\$3.00	\$3.00	deposito salvvas	16674931	por entregar	
TOTAL RECAUDADO:				\$302.00				
Total Pulseras:		79						

Hecho por: Manuela Córdova

A partir de todas estas acciones activamos la última parte que era comunicar a la población toda la gestión que se había realizado desde la campaña. Se inició la búsqueda de espacios en medios de comunicación para compartir los alcanzados con más personas. En esta gestión de medios de comunicación y relaciones públicas, se logró estar presentes en 2 radios FmMundo y Radio Sonorama. También se realizó una entrevista para la próxima publicación de la revista Nueva Mujer del diario Metro.

La gestión fue planificada en su 100% antes de ser ejecutada y en la ejecución se trató de seguir de la manera más estricta lo previamente establecido. Pero, como siempre hubo algunos cambios en el camino pero sobre todo varios logros inesperados que terminaron de hacer de la campaña Juntxs Salvxs Sanxs un espacio maravilloso. El primer logro inesperado, y el más significativo, fue la creación de un movimiento, el “Movimiento Naranja” que seguirá siendo impulsado por la ONG SALVAS. Las

pulseras fueron muy bien aceptadas entre la comunidad que empezaron a denominar a esta iniciativa como el movimiento naranja. Las noticias de esta iniciativa llegaron a México y hasta el momento 3 personas han querido juntarse desde ahí. Esta idea luego fue utilizada y distribuida en las entrevistas que se realizaron en medios de comunicación. El segundo logro fue una donación de \$40 por parte de una iniciativa de *totebags* liderada por la influencer Pilar Sánchez, abogada y defensora de los derechos humanos. Esta mujer realiza ventas por temporadas de bolos de tela ilustrados con la intención de donar un porcentaje de sus ganancias a una fundación o iniciativa. En esta 4ta ocasión optó por realizar el aporte a esta campaña.

CONCLUSIONES

Hay un viejo decir popular en la sociedad ecuatoriana que dice “no hay que sacar los trapos sucios al sol”. Es una frase que resumen el peligro que enfrentan las mujeres violentadas. Se les enseña callar, a no decir y a aguantar maltrato, para no incomodar o no molestar. Y luego es muy tarde. En vez, se debe trabajar como sociedad en alentar a las mujeres a defenderse, a que aprendan sobre el círculo de la violencia de género y que sepan que siempre hay como salir de un hogar, relación o pareja abusiva. De la misma manera hay que instruir a los hombres, a que identifiquen conductas abusivas y que sepan expresar sus sentimientos de manera adecuada con sus parejas.

Este trabajo de titulación busca servir como fomentador justamente para fomentar a la disminución de la violencia contra la mujer. Pero, a lo largo de su realización el espectro se abrió y se decidió incluir a todas las personas sin importar su género. Hay que reconocer que las mujeres son el grupo que mayor violencia de género sufre, solo que no se debe olvidar que toda la sociedad está afectada por esta problemática. Justamente gracias a este entendiendo se decidió enfocar la campaña de manera inclusiva para que todas, todos y *todes* encuentren un espacio seguro y de apoyo.

Con la comunicación como herramienta principal para educar e informar a la mayor cantidad de personas sobre la problemática del círculo de la violencia. Se buscó romper con la idea de que las personas que la experimentan se quedan por las razones que comúnmente se escuchan, y lograr que las personas vean que la violencia es parte de un espiral más complejo y que es justamente la razón por la que debemos hablar de ella. Además, se dio visibilidad a varias violencias que se perpetúan en los círculos como la violencia sexual, la psicológica, la patrimonial y/o la digital. Todo esto se engloba en una sola idea que gracias a la gestión de relaciones públicas pudo llegar a grupos sociales distintos.

Ha sido un reto maravilloso poder comunicar de manera efectiva y acertada sobre esta problemática. Muchas veces la gente no quiere hablar de estos temas por la contaminación de información que existe sobre este tipo de iniciativas. Se logró romper esta barrera y crear alianzas con personas que pertenecen a instituciones tradicionales. Todo gracias a un plan de acción claro, estratégico y enfocado en la educomunaición sobre los círculos de violencia y su relación con la violencia sexual.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2018). *LEy para prevenir y erradicar la violencia contra la mujer*. Quito.
- INEC. (2012). *En el 2050 seremos 23,4 millones de ecuatorianos*. Quito.
- INEC. (2019). *ENCUESTA NACIONAL SOBRE RELACIONES FAMILIARES Y VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES (ENVIGMU)*. Quito.
- Canfera, L. M. (2002). La Violencia Doméstica. *Revista de dones i textualitat*, 71-77.
- MundoSur. (2020). *SEGUNDO INFORME: Mapa Latinoamericano de Femicidios (MLF)*.
- ONU. (s.f.). *Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas*. Recuperado el Octubre de 2021, de ONU Mujeres:
<https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>
- Amnistía Internacional. (2004). *Está en nuestras manos No más violencia contra las mujeres*. Madrid: EDITORIAL AMNISTÍA INTERNACIONAL (EDAI).
- OEA. (1994). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*.
- Fundación ALDEA. (2021). *¡Alerta! Ocurrieron 849 feminicidios en Ecuador entre 2014 – 2020*. Recuperado el Octubre de 2021, de ALDEA:
<http://www.fundacionaldea.org/noticias-aldea/feminicidiosincidencia>
- Estado, F. G. (2021). *Ecuador: Las cifras del femicidio*. Quito.
- INEC. (2018). *Registro Estadístico de Nacidos Vivos y Defunciones*. Instituto Nacional de Encuestas y Censos.
- Guillén-Ojeda, M. E.-L.-L. (2021). *Violencia de género contra la mujer: Un aporte desde los feminismos en el Ecuador*. Ecuador: Polo del Conocimiento.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2003). *CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA*. Quito.
- Delgado-Álvarez, M. C.-D. (2012). Atributos y estereotipos de género asociados al ciclo de la violencia contra la mujer. *Universitas Psychologica*, 769-777.
- Garcia, R. C. (1997). *Violencia contra la mujer*. Pereira.
- Candace, W., & Don, Z. (1999). *Haciendo género. Sexualidad, género y roles sexuales*.
- Llanos, V. d., & Rodríguez Díaz, M. A. (2020). Violencia contra la mujer: la otra cara de la pandemia. *Psicología Desde el Caribe*.
- Jaramillo-Bolívar, C. D.-E. (2020). *Violencia de género: Un análisis evolutivo del concepto*. Cali.

- Jacome, E. Y. (2021). *Influencia de la violencia de género e intrafamiliar hacia la mujer en el desempeño laboral en Quito 2020*. Quito.
- Alvarez, F. J. (2017). La violencia de pareja: Un enemigo silencioso. *Archivos de criminología, seguridad privada y criminalística.*, 144-151.
- Walker, L. E. (2009). *El síndrome de la mujer maltratada*. New York: Springer Publishing Company.
- Walker, L. E. (1979). *The battered woman*.
- Mateo, G. M. (2015). *Barreras para escapar de la violencia de género: la mirada de las profesionales*. Valencia.
- Alcivar, M. L. (28 de 11 de 2021). Acto del Día para la eliminación de la violencia contra la mujer. Quito, Pichicnha, Ecuador.
- Ordoñez Suárez-Avilés. (2020). *¿Qué% \$ h* tx@ vemos?: Representaciones de género en la TV ecuatoriana desde el análisis de contenido*.
- Guedes A, G.-M. B. (2014). Violencia contra las mujeres en Latinoamérica y el Caribe. *Foreign Affairs*, 41-48.
- Rincón, A. (02 de 02 de 2020). Lenín Moreno se disculpa por decir que las “mujeres denuncian el acoso” si se trata de una “persona fea”. *Radio France 24*.
- Ferrer, O. C. (2020). La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. . *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 69-92.
- Gómez, M. S. (2011). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. *Signo y pensamiento.*, 194-209.
- Rodríguez Guerrero, M. (2019). El poder de la comunicación y su relación con los derechos humanos en el capitalismo informacional-cognitivo. *Península*, 81-106.