



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**El Sexo Es De Dos: campaña comunicacional en contra de las violaciones en citas (Date Rape)**

**Cynthia Cecilia López Játiva  
María José Bueno Almeida**

**Gabriela Falconí, M.A., Directora de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito  
para la obtención del título de Licenciada en Comunicación y  
Relaciones Públicas

Quito, mayo 2014

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

## **HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**El Sexo Es De Dos: campaña comunicacional en contra de las violaciones  
en citas (Date Rape)**

Cynthia Cecilia López Játiva

María José Bueno Almeida

Gabriela Falconí, M.A.  
Directora de Tesis

---

Hugo Burgos, Ph.D.  
Decano del Colegio de Comunicación  
y Artes Contemporáneas

---

**Quito, mayo 2014**

## © DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma:

-----

Nombre: Cynthia Cecilia López Játiva

C. I.: 1716217896

Firma:

-----

Nombre: María José Bueno Almeida

C. I.: 1719210187

Fecha: Quito, mayo de 2014

## **DEDICATORIA**

A todas esas mujeres valientes que luchan por vivir en una sociedad más justa, libre de violencia de género y abuso. A todas esas personas que han sido víctimas de violencia sexual, esta campaña es suya.

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecer a nuestras familias por ser nuestro apoyo constante en todo este proyecto. Por su paciencia, comprensión y participación a lo largo de este proceso enriquecedor. Agradecemos a nuestros profesores, Santiago Castellanos y Gabriela Falconí por su apertura y ayuda, por inspirarnos a ser mejores y luchar por nuestros sueños. A nuestra profesora y sobretodo, amiga, consultora y consejera, Ana Carolina Benítez, por estar presente en todo este proyecto, guiándonos y siendo un soporte importante para que esta iniciativa sea posible.

## **RESUMEN**

A lo largo de la historia, los roles de género han marcado una diferenciación específica entre lo que implica ser hombre o mujer dentro de una sociedad. A través de ellas, se ha creado una normativa en el imaginario de las personas que enseña al hombre y a la mujer el cómo debe comportarse y qué acciones están permitidas o prohibidas. Junto a este concepto se ha creado una polarización de sexos que considera a ambos términos mutuamente excluyentes. Esta forma de machismo ha evolucionado en la actualidad y se ha convertido en un machismo invisible que está arraigado profundamente en las costumbres de la sociedad actualmente.

La nueva forma de machismo se ve reflejado en la violencia sexual, la cual es muchas veces justificada culpabilizando a la víctima acerca de la violación, en lugar de al agresor. Dentro de este contexto, ha aparecido una nueva forma de violencia sexual denominada “violación en cita” (date rape), la cual se describe como una situación en la cual una persona conocida (pero no del contexto familiar), tiene sexo con otra persona sin su consentimiento. Este tipo de violencia se ha venido propagando a nivel mundial entre jóvenes, y es ahora una temática desconocida pero vigente en la sociedad quiteña. La recopilación académica de esta realidad servirá de base para la elaboración y ejecución de una campaña social a favor de la concientización y conocimiento de dicho concepto a fin de que los futuros jóvenes tengan oportunidad a vivir una realidad diferente.

### **Palabras claves**

Sexo, machismo, violencia de género, violencia sexual, roles de género

## **ABSTRACT**

Throughout history, gender roles have specifically created a gap between what implies being a man and a woman in society. Imaginary regulations have been built in men and women's minds, that dictates how to behave and which actions and/or decisions are allowed or banned. Along with this concept there is a sex polarization that considers both sexes mutually exclusive. This kind of machismo has evolved to what it is in the present days and has turned into an invisible threat that is deeply settled in the customs of the society.

Nowadays, this new machismo is reflected in sexual violence, which is many times justified by blaming the victims for causing their own rapes, instead of considering the attacker. It is inside of this context, that a new form of sexual violence has erupted: "Date Rape". This is described as a situation where a known person (outside of the family context), has intercourse with another person, without consent. Date rape has grown among young people worldwide, and is now an unknown, but current issue in the Quito society.

This academic review will be the basis for the managing and making of a social campaign to support awareness and detailed knowledge about such concept, so that the future generations get to live in a different reality.

**Keywords:** Sex, Machismo, gender violence, sexual violence, gender roles



## ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>Antecedentes .....</b>	<b>12</b>
<b>Planteamiento del problema .....</b>	<b>15</b>
<b>Objetivo general .....</b>	<b>21</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>21</b>
<b>Conceptos básicos.....</b>	<b>21</b>
<b>La Heterogeneidad social y el género en la Postmodernidad.....</b>	<b>23</b>
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LAS VIOLACIONES EN CITAS, DESDE UNA PERSPECTIVA GLOBAL.....</b>	<b>25</b>
<b>Date rape, la “nueva” forma de violencia sexual .....</b>	<b>25</b>
Estados Unidos .....	27
Australia .....	27
Israel .....	31
<b>Ejemplo de campañas/iniciativas mundiales .....</b>	<b>32</b>
“Don’t be that Guy” .....	32
“No means no Campaign” .....	36
“Make your Move” .....	38
<b>HISTORIA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL ECUADOR.....</b>	<b>40</b>
<b>SITUACIÓN ACTUAL DE LAS MUJERES: VIOLENCIA DE GÉNERO EN ECUADOR, NECESIDADES Y DEMANDAS .....</b>	<b>46</b>
<b>Caso Karina del Pozo: Ejemplo de violencia sexual y la aplicación de la ley en Ecuador .....</b>	<b>49</b>
<b>Estudio práctico investigativo de la situación de las mujeres universitarias en el Ecuador y el “date rape” .....</b>	<b>55</b>
Objetivos .....	55
Análisis de la situación en la ciudad de Quito .....	55
La violencia de género en Quito.....	55
Metodología .....	56
Cuantitativa .....	56
Cualitativo .....	56
Cuestionario .....	57
<b>Fundaciones, organizaciones y asociaciones nacionales que trabajan a favor la igualdad de género y en contra de la violencia sexual .....</b>	<b>66</b>
Marcha de las putas Ecuador .....	66
Gamma .....	72
Cascos Rosa.....	73
Conclusiones y Recomendaciones .....	75
<b>EJECUCIÓN PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>76</b>

<b>El Sexo Es De Dos: campaña comunicacional en contra de las violaciones en citas (Date Rape) .....</b>	<b>76</b>
<b>Objetivo general .....</b>	<b>77</b>
<b>Objetivos Específicos (demostrables, cuantificables y justificables) .....</b>	<b>77</b>
<b>Público Objetivo .....</b>	<b>77</b>
<b>PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA el sexo es de dos.....</b>	<b>78</b>
<b>Estrategia comunicacional .....</b>	<b>78</b>
<b>Logo .....</b>	<b>78</b>
Flyer/ Mensaje personalizado para hombres .....	80
Flyer/ Mensaje personalizado para mujeres .....	80
Afiche del Evento “Desfile de Modas by El Sexo Es De Dos .....	81
Entrada al evento .....	82
Roll up El Sexo Es De Dos.....	82
Mensajes de Cucas.....	83
Camisetas .....	84
<b>Producto .....</b>	<b>85</b>
<b>Vocero de la Campaña .....</b>	<b>86</b>
<b>ACTIVIDADES COMUNICACIONALES.....</b>	<b>87</b>
Evento “Fiesta de Modas” by El Sexo Es de Dos .....	87
BTL.....	91
<b>ACTIVISMO.....</b>	<b>94</b>
Réplicas en la comunidad .....	95
<b>OTRAS ACTIVIDADES.....</b>	<b>96</b>
<b>Promoción de la campaña.....</b>	<b>98</b>
Facebook.....	98
Twitter .....	99
Medios Tradicionales (Televisión, Radio, Prensa Escrita).....	101
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO 1: RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADA A LAS ESTUDIANTES DE DIVERSAS UNIVERSIDADES DE QUITO SOBRE LAS VIOLACIONES EN CITAS.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO 2: AYUDA MEMORIA REUNIÓN.....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 3: ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK .....</b>	<b>125</b>
<b>ANEXO 4: AUSPICIANTES.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXO 5: BOLETÍN DE PRENSA.....</b>	<b>130</b>
<b>ANEXO 6, CD CAMPAÑA EL SEXO ES DE DOS.....</b>	<b>134</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>135</b>

## INTRODUCCIÓN

Los paradigmas dominantes, los diversos estereotipos sociales y los roles de género establecidos por la sociedad, son realidades casi incuestionables que han venido construyéndose a través del tiempo en el imaginario colectivo; éste regula la forma de ser y actuar de los integrantes de ella y establece acciones aceptadas en la misma. El tema abordado dentro de este proyecto de tesis es una nueva forma de violencia de género, las violaciones en citas (date rape). De esta manera, a través de una investigación de campo y con bases retóricas, se buscó comprender el cómo a través de estos paradigmas; la violencia de género, y aún más, la violencia sexual, ha permanecido poco conocida y usualmente normalizada dentro de la cultura ecuatoriana, donde, en muchas ocasiones se culpabiliza a la víctima, en lugar de al agresor.

El siguiente trabajo contiene un análisis de la significación del término “date rape” como resultado del machismo pasado y el poder sobre el sexo. De esta manera se presentará un análisis global y a nivel país de esta problemática a fin de comprenderla y posteriormente, presentar una solución racionalizada en forma de campaña.

## **Antecedentes**

El machismo es definido como un conjunto de creencias, conductas y actitudes que parten de dos premisas básicas: por un lado, la polarización de sexos, que se refiere a una contraposición de lo masculino y lo femenino, considerados términos mutuamente excluyentes; y por otro, la superioridad de lo masculino en aquellas áreas de gran importancia para los hombres. De esta forma, se crea a partir de este concepto una serie de definiciones que tratan de estereotipar lo esperado de los hombres, que evidentemente, es opuesto a aquello representado por las mujeres (Castañeda, 2007). El machismo es una actitud y un comportamiento en sí mismo, en el cual se cumple un rol que establece la desigualdad entre posiciones de arriba y abajo. El machismo tiene componentes tanto económicos así como también sociales, históricos, culturales y psicológicos (Pérez, s/f). A pesar de ser un término bastante utilizado y antiguo, sus repercusiones son aún vigentes. Una de las más importantes es la violencia de género, más específicamente la violencia sexual. El término violencia de género fue introducido en la sociedad en el año 1995 gracias a la Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín. Donde se determinó qué es la violencia en contra de la mujer, qué impide el logro de los objetivos de la igualdad de desarrollo y paz. Así mismo, las Naciones Unidas argumenta que la violencia contra la mujer es “todo acto de violencia de género que resulte, o pueda tener como resultado un daño físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la

coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada" (Organización Mundial de la Salud, s/f).

Las estadísticas de violencia de género a nivel mundial son alarmantes, según la Organización mundial de la Mujer en el 2013, el 35% de mujeres a nivel mundial fueron víctimas de violencia de género, ya sea física o sexual por parte de su pareja o por alguien externo a una relación amorosa. Es por esto que seguido a esta investigación se han realizado estudios para conocer quién es el agresor comúnmente. Estudios muestran que un 70% de las mujeres que han sufrido violencia, han sido atacadas por su pareja (Organización Mundial de la Salud). Así mismo se ven en países como Australia, Canadá, Israel, Sudáfrica y Estados Unidos, donde un 40% y 70% de los asesinatos de mujeres corresponde a violencia en que el agresor es la pareja de la víctima (Krug G, 2005).

En el mundo al menos una de cada tres mujeres a lo largo de su vida ha sido víctimas de un acto de violencia de género. España es uno de los países con cifras más altas a nivel mundial. En el 2011 más de 32.200 mujeres denunciaron haber sido víctimas de violencia por parte de sus parejas (Krug G, 2005).

Es muy importante resaltar que la violencia sexual no solo afecta a la personalidad y desarrollo de las mujeres, si no también es un factor importante en el cual el desarrollo de los países con altos índices de violencia femenina tienen una menor productividad social. María Elena Álvarez en su artículo "La violencia que sufren las mujeres afecta a toda la sociedad", afirma que la

violencia además de afectar psicológica, físicamente y sexualmente a la mujer, también afecta a la economía nacional debido a que muchas veces las sobrevivientes son tan agredidas que las dejan discapacitadas para realizar cualquier trabajo. Cada vez que una mujer siente que no vale y se deprime o muere por razones de violencia, es una limitación al ejercicio pleno de sus capacidades, lo que afecta directamente el desarrollo familiar, de la comunidad y del país en general.“ (Álvarez M, 2011)

Por otro lado en el artículo “Violencia de Género trunca el desarrollo“ se pueden ver datos estadísticos de actos de violencia desde el año 2006 hasta el 2011, que comparan cómo han avanzado y sus cambios durante estos 5 años.

**Feminicidios por año**

**2006**

En el 2006 ocurrieron 190 homicidios de mujeres, los cuales fueron más frecuentes durante los meses de febrero, mayo, junio y noviembre.

**2008**

En el 2008 hubo un incremento, con un total de 204. En mayo, junio, agosto, septiembre y diciembre hubo la mayor cantidad.

**2010**

En el 2010 ha sido el año de mayor casos de feminicidio, llegando a registrar 210, siendo marzo el mes de más muertes violentas.

**2007**

En el año 2007 hubo 173 feminicidios. Los meses de julio, agosto, septiembre y noviembre registran la mayor cantidad.

**2009**

En el 2009 hubo 199 feminicidios, siendo los meses de enero, abril, septiembre y diciembre cuando ocurrió el mayor número.

**2011**

En los primeros seis meses del 2011 ha habido 110 casos. Los medios han reportado más casos en julio, agosto y septiembre.

(Fuente: Listin Diario, s/f)

## Planteamiento del problema

En la actualidad se evidencia una nueva tendencia de machismo denominado por Castañeda como el “machismo invisible”. En términos generales se podría pensar que el machismo ha ido desapareciendo poco a poco, debido a los cambios socioeconómicos y culturales de las últimas décadas, tales como la industrialización, la urbanización, la anticoncepción entre otras. Sin embargo, el problema radica en que el machismo está arraigado profundamente en las costumbres de la sociedad, y sigue presente en la cotidianeidad de las personas. En las sociedades machistas, se sobre valoran los valores masculinos por encima de los femeninos. En efecto, los individuos machistas no hacen una sociedad machista, sino que es la sociedad machista la que crea a estos individuos (Castañeda, 2002). De esta forma, “el machismo no necesita de hombres y mujeres como tales, solo necesita de sus roles. Lo único que requiere es una relación basada en la desigualdad” (Castañeda, 2002). Dicha relación no es un atributo innato sino que como toda relación de poder, crea roles y personajes que parecen naturales. A partir de esto se crea una doble moral en la cual el eje central es que los hombres pueden juzgar a las mujeres pero no viceversa.

El machismo no ha desaparecido solo se ha modernizado, en el mundo únicamente 23 países (17 europeos, 5 americanos y Japón) registran y hacen públicos los datos sobre el número de mujeres agredidas por su pareja o ex pareja como resultado de la violencia machista (Seberio, 2007). Los países que mayores índices reportan son Puerto Rico (15 asesinatos por millón),

Luxemburgo (13 asesinatos por millón), Hungría (12) y Finlandia (10). Los países con menores cifras fueron Islandia, Malta, Dinamarca, Suiza, entre otros (Seberio, 2007). Esta información se sustenta con el modelo de Geert Hofstede, el cual determina cuán masculino o femenino es un país, y los comportamientos que se esperan de los hombres y mujeres en ellos. La gran diferencia entre los países considerados masculinos de los femeninos son los roles de género que tienen cada uno. La masculinidad es representada por la competitividad, asertividad, y materialismo, mientras que la feminidad da mayor valor a las relaciones y la calidad de vida. A continuación se presenta un gráfico de los países con mayores índices de masculinidad y feminidad. En este índice, el género está calificado en una escala del 1 al 100, con 1 siendo el más femenino, y 100 el más masculino. Como muestra el ejemplo, el país más femenino es Suecia con un puntaje del 5%, mientras que el más masculino es Japón con un puntaje del 95%.



<i>Dimensions Hofstede</i>	<b>Masculinity / Femininity</b>
<b>Australia</b>	<b>61</b>
<b>Netherlands</b>	<b>14</b>
<b>World avg</b>	<b>50</b>
Arab countries	53
Argentina	56
Austria	79
Belgium	54
Brazil	49
Canada	52
Chile	28
China, Mainland	
Colombia	64
Costa Rica	21
Denmark	16
East Africa	41
Ecuador	63
Finland	26
France	43
Germany FR	66
Great Britain	66
Greece	57
Guatemala	37
Hong Kong	57
India	56
Indonesia	46
Iran	43
Ireland	68
Israel	47
Italy	70
Jamaica	68
Japan	95

Malaysia	50
Mexico	69
New Zealand	58
Norway	8
Pakistan	50
Panama	44
Peru	42
Philippines	64
Poland	
Portugal	31
Salvador	40
Singapore	48
South Africa	63
South Korea	39
Spain	42
Sweden	5
Switzerland	70
Taiwan	45
Thailand	34
Turkey	45
Uruguay	38
USA	62
Venezuela	73
West Africa	46
Yugoslavia	21

(Fuente: AnthroScape, 2012)

Al hablar del machismo en la era actual, surge el feminismo. Contrario a lo que se cree equivocadamente, el feminismo es un movimiento que nace como respuesta a la situación de desigualdad vivida por las mujeres. Estas corrientes no pretenden posicionar a la mujer por encima del hombre, sino que al contrario, lo que buscan es que nadie esté supeditado a otro a causa de su sexo (Pérez, s/f). El nuevo feminismo de la actualidad supone un cambio trascendente a lo que se refiere a la comprensión de género como construcción social. Una frase célebre de Simone de Beauvoir, “No se nace mujer, se llega a serlo”, marca un precedente de la actual era feminista contemporánea, en donde la principal preocupación es la crítica a la supuesta

naturalidad de los géneros y revela los mecanismos utilizados por los distintos autores de éste por medio de los cuales se construyen dichas percepciones e ideas (Garaizabal, 2009).

Los seres humanos inician un proceso de sociabilización desde una edad temprana, es desde entonces que las sociedades occidentales han impuesto tabúes con respecto a “la educación sexual” de tal manera que no se la adquiere con facilidad ni naturalidad. Es por esto que Vendrell afirma que desde edades tempranas todos son conscientes del cuerpo, género y conductas sexuales transmitidas mediante mecanismos conscientes e inconscientes establecidos dentro de las sociedades (Roles de Género y estereotipos).

Es muy importante marcar la diferencia de creencias y mitos existentes dentro de las sociedades entre masculinidad y feminidad, en cuanto a roles de género, estereotipos, trabajos, tiempos y espacio que predominan y marcan las diferencias de poder entre los dos géneros. A continuación se presenta un cuadro que resume dichas diferencias:

	<b>FEMENINO</b>	<b>MASCULINO</b>
<b>ESTEREOTIPOS</b>	Debilidad	Fuerza
	Dependencia	Independencia
	Sensibilidad	Objetividad
	Emociones Intuición	Decisión Razón
<b>ROLES/DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO</b>	Asociados a la reproducción	Asociados a la producción
<b>TIEMPOS</b>	-Tiempo circular. No tiene principio ni final conocido -Carece de horario, pero es sistemático -No tiene valor social -No tiene valor de uso, no está integrado en las estadísticas oficiales	-Tiempo con principio y fin conocido -Tiene horario -Tiene valor social -Tiene valor de uso, valor económico. -Produce bienes y servicios
<b>ESPACIOS</b>	-Doméstico -Invisible -Cerrado -Espacio de aislamiento -Escasa existencia de relaciones sociales	-Público -Visible -Abierto -Espacio de relación - Espacio de poder social

(Fuente: Roles de Género y estereotipos, s/f).

Adriana Arias dentro de su artículo “Sexo y poder: una relación compleja” explica el porqué el sexo masculino predomina en la intimidad. Primeramente la autora habla acerca del acto sexual en sí mismo, donde el varón por ser quien penetra, es quien a su vez tiene el poder corporal en él. De igual manera, Arias afirma que el poder sexual se ha convertido en fruto de fantasías más habituales dentro del hombre, limitando así el deseo sexual de las mujeres (Arias, s/f). Al ser esto culturalmente aceptado, los comportamientos abusivos y las provocaciones hacia las mujeres sin su

consentimiento de los hombres son justificados con dichas fantasías naturales, que buscan justificar las acciones de violencia sexual a través de esta ideología.

La diferencia existente entre los roles sexuales y de género, representa la relación de poder en la cual cada grupo sistemáticamente está predispuesto a ejercer poder sobre el otro. En este caso el grupo más poderoso -el masculino- impone sus demandas y el grupo menos poderoso se dispone a complacer los deseos del primero. Se ve cómo el poder forma parte de la sociedad en la cual actúan los roles de género provocando, según Laura Guzmán, autora del texto “Roles sexuales, Roles de género y poder“, lo que sucede dentro de la sociedad en cuanto al poder masculino sobre el femenino. “Las menos poderosas se vuelven expertos en micro – manipulación, empleando su inteligencia, intuición, destrezas interpersonales, encanto, sexualidad y rechazo para neutralizar el poder del más fuerte.” (Guzmán, s/f). Por ende ellas son más propensas a la violencia sexual por parte del género masculino.

Finalmente se puede ver cómo la cultura, sus ideologías y roles de género en base al machismo han creado mujeres dependientes económicamente y socialmente, haciendo de esta manera al género femenino inseguro en sus derechos y peor aún en algunos casos se justifica el tener menos poderes que el género masculino. Esta ideología justifica el sistema de derechos construido pensando en las necesidades y bienestar del hombre. Como menciona Laura Guzmán, “las necesidades específicas de la mujer no han sido tomadas en cuenta; mientras que lo personal y familiar es dominio privado

que controla el hombre en su condición de jefe. Si éste transgrede alguna norma de “buena” convivencia (viola, agrede y/o acosa) es a causa de alguna acción de la mujer.” (Guzmán, s/f).

### **Objetivo general**

Dar a conocer y concientizar acerca de la temática “violación en una cita” a los jóvenes universitarios y a la sociedad quiteña en general.

### **Justificación**

Existe poco conocimiento de las violaciones en citas en la sociedad quiteña, más aún entre los jóvenes hombres y mujeres universitarios. Igualmente, existe la idea de que “la mujer es la que se expone” y se lo utiliza en ocasiones como justificativo de las violaciones que ocurren. En efecto, es importante realizar una campaña de concientización que de a conocer el tema y que además sirva como un espacio en el cual no se culpabilice a la víctima sino al agresor.

### **Conceptos básicos**

- Violencia de género psicológica: cualquiera acto que dañe la estabilidad psicológica de la mujer. Ésta puede consistir en: “negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas” las cuales dan como efecto a la depresión, aislamiento, a la devaluación de su autoestima e incluso puede llevar al suicidio de la víctima.

- Violencia de género física la cual abarca cualquier acto no accidental usando la fuerza física o algún arma u objeto que pueda provocar o no lesiones graves o leves, internas o externas. Igualmente, existe la violencia económica que consiste en toda acción que afecta a la economía de la víctima, se manifiesta a través de limitaciones encaminadas a controlar el ingreso de sus percepciones económicas.
- Violencia de género sexual es la que menos indicios de denuncias tiene, ésta está definida como cualquier acto donde se degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la afectada y por ende agrede su libertad, dignidad e integridad física. Esta es una de las formas de abuso más encontradas dentro de las sociedad machistas donde el hombre es únicamente quien puede tener deseos sexuales y el rol equivocado impuesto por la sociedad que las mujeres deben estar de acuerdo y estar dispuestas a cumplir las necesidades del hombre. En España, según los datos estadísticos del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad han determinado cinco maltratos manifestados por la mujer. Los estudios realizados en el 2012 muestran la cantidad de mujeres maltratadas en España con respecto a los distintos tipos de violencia de género existentes. (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, subdirección General de Sensibilización, Prevención y Conocimiento de la Violencia de Género, s/f).

- Date rape: describir una situación en la cual una persona conocida (pero no del contexto familiar), tiene sexo con otra persona sin su consentimiento (Gobierno Australiano, s/f).

### **La Heterogeneidad social y el género en la Postmodernidad**

Dentro de la postmodernidad se han denunciado las generalizaciones y abstracciones relacionadas a términos como el sexo y género, dando paso a la heterogeneidad. El filósofo Michel Foucault, en su obra *Historia de la Sexualidad*, marcó una nueva tendencia de la individualización del sujeto, en la cual los campos de fuerzas sociales son el conjunto de fuerzas dispersas que mantienen las relaciones desiguales entre hombres y mujeres. Teresa de Lauretis habla de “tecnologías del género” donde la definición de género está dada por una representación de diferentes discursos institucionalizados, y prácticas cotidianas. Para Lauretis, “negar el género es negar las relaciones sociales de género que constituyen y dan validez a la opresión sexual de las mujeres; y, en segundo lugar, negar el género es permanecer en la ideología, una ideología que (no por casualidad y, desde luego, no forma intencional) está claramente al servicio del sujeto de género masculino”(Lauretis, s/f). De esta manera, las aportaciones de Lauretis sirven para dar una nueva concepción mucho más individualizada, que intenta escapar de las ideas tradicionalistas masculinas de lo que implica ser mujer. En palabras de Michael Kaufman, el género es el eje alrededor del cual se desarrolla nuestra personalidad. Además a partir de él se desarrolla un ego distintivo (Kaufman, s/f) .

A su vez, la corriente del pensamiento Constructivista de género y sexualidad es un enfoque antropológico, de estudios culturales y de género, que cuestiona la validez de una normativa general frente a la realidad de las personas. Las posturas constructivistas critican la existencia de un diseño preestablecido, es decir, de un pensamiento dicotómico que limita la comprensión mayor y amplia de lo que conlleva el género y las construcciones sociales detrás de éstas. El acercamiento a los estudios de género y de la dicotomía entre lo que conlleva ser hombre o mujer, toma en consideración a la cultura como la principal protagonista limitadora en cuanto a nuestras creencias, nuestra moral, etc. Es decir, una versión de la realidad que la sociedad reproduce y que da patrones de comportamiento específicos para todos quienes ejercen un rol en la sociedad.

A fin de profundizar las bases de los debates de género y poder, es importante destacar algunas teorías de los ponentes más importantes dentro del ámbito social. Uno de ellos es Judith Butler, y su teoría Queer, la cual atraviesa un constructivismo puro en lo que se refiere a sexualidad y género. Para Butler, la identidad se genera a partir de un discurso público y social a base de actos performativos los cuales dan lugar a la creación de identidades genéricas que al ser reiterativos se convierte en una identidad. Para Butler, “La identidad es la ilusión de una coherencia desmedida por la discontinuidad de gestos, actos y estilos que nos mantienen en el bipolarismo de la sexualidad” (Almudena, s/f). Esta bipolarización es efecto del sistema patriarcal tradicional que ha servido de base para la



subordinación del género femenino al masculino. Dentro de esta teoría se evidencia claramente que la dicotomía de sexo y género es una construcción social sin justificación naturalista, la cual determina desigualdades entre el hombre y la mujer (Almudena, s/f).

De la misma forma, Gayle Rubin en su texto “El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, describe el concepto de “sexo/ género”, el cual lo define como “el conjunto de disposiciones por el cual una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y satisface esas necesidades humanas transformadas.” (Rubin, 1988, p. 17). Rubin afirma que la sexualidad es el resultado de la cultura en la que ésta se desarrolla, es decir, cada sociedad tiene una percepción de género/ sexo determinado y aceptado por quienes conforman el imaginario colectivo.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LAS VIOLACIONES EN CITAS, DESDE UNA PERSPECTIVA GLOBAL**

### **Date rape, la “nueva” forma de violencia sexual**

Los mencionados estereotipos creados a través del tiempo que generalizan las cualidades de las mujeres, la sumisión y pasividad, frente a la agresividad del hombre ha generado que cuando las mujeres dicen “NO”, los hombres igualmente traten de irrespetar la decisión de la mujer usando fuerza y amenazas. En un estudio realizado en la República de Malta, las mujeres afirman que es difícil resistir al hombre, y aseguran que cuando una mujer dice

“no” es “no” (Cassar, s/f). De esta manera, una forma relativamente nueva de violencia sexual ha ido incrementándose durante los últimos años. Ésta es el “date rape”, cuya definición es utilizada para describir una situación en la cual una persona conocida (pero no del contexto familiar), tiene sexo con otra persona sin su consentimiento. El asalto sexual es un crimen, el sexo sin consentimiento es violación basado en el poder y el control. Pueden utilizarse amenazas físicas o verbales tales como el chantaje emocional, drogas o el alcohol para obligar a la víctima a tener relaciones sexuales. El tipo de sexo no está limitado al acto sexual tradicional sino que incluye al sexo oral y otras clases de sexo. Incluso, date rape describe un momento específico en el cual la persona dio su consentimiento para tener relaciones sexuales y luego decidió no hacerlo, pero fue obligada a seguir adelante. El date rape ocurre de manera más frecuente en las mujeres de todas las edades n. Sin embargo, las jóvenes entre 15 y 24 años son las que corren el mayor riesgo (About date rape, s/f).

La mayor parte de casos de “Rape Date” son cometidas por hombres, y de manera más frecuente, hacia las mujeres. Las mujeres son las víctimas en un 96% de los casos reportados en casos de violación en Australia. El atacante usualmente es: un novio, ex novio, un amigo, un compañero de cuarto, un colega de trabajo o alguien conocido en una discoteca (About date rape, s/f).

## **Estados Unidos**

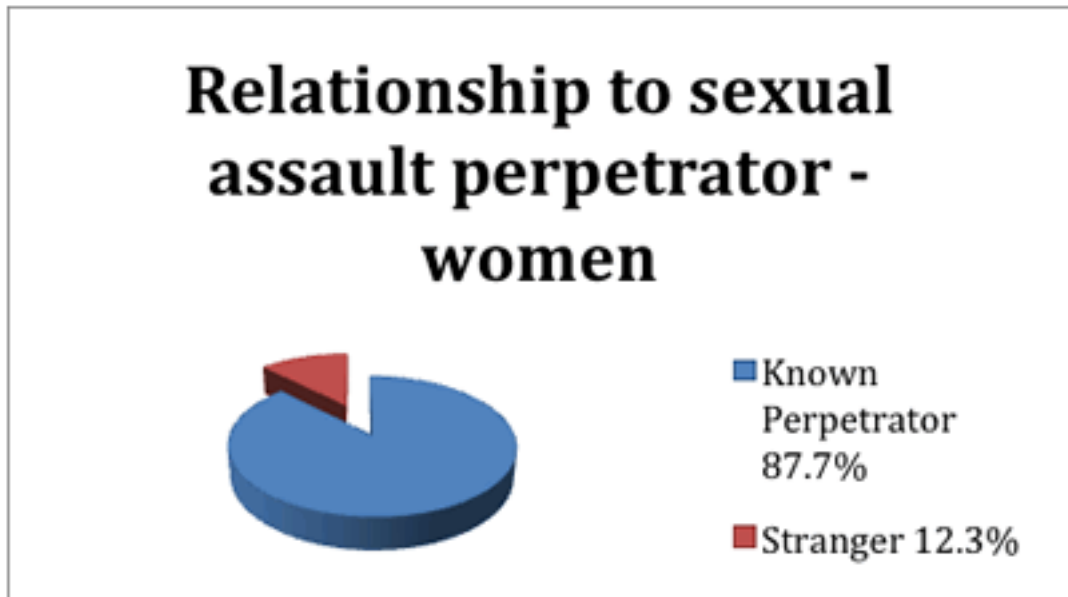
El término “date rape” surgió en la década de los 80, aunque han existido muchas campañas para prevenir este tipo de violencia sexual, aún queda un gran trabajo por hacer. Algunas estadísticas muestran la realidad de este tipo de violación en los Estados Unidos:

- Aproximadamente una de cuatro universitarias ha sido violada en una cita, o ha tratado de ser violada a lo largo de sus años universitarios.
- El 84% de mujeres violadas en una cita conocía a su agresor.
- Mujeres de 16 a 24 años son cuatro veces más propensas al date rape que cualquier otro grupo de edad.
- Aproximadamente el 90% de date rapes han incluido al alcohol.
- En un estudio, aproximadamente el 33% de hombres dicen que si podrían involucrarse en una “date rape” sin que les detecten, violarían a alguien.
- El 42% de mujeres que han vivido una experiencia “date rape” no cuentan a nadie lo sucedido.
- El 27% de mujeres violadas en una cita, no se dieron cuenta de que ellas conocía la definición legal de violación de “date rape”.
- El 44% de mujeres que han vivido una “date rape” han considerado el suicidio (Fuente: University of Science in Philadelphia, s/f).

## **Australia**

Las violaciones son cometidas por hombres de todas las edades, pero el mayor número de delincuentes tienen entre 17 a 30 años de edad. Como se

puede observar en el gráfico, el 87,7% de los asaltos sexuales ocurrieron con personas que conocían a penetrador, según datos estadísticos Australianos.



(Fuente: Aifs goverment, s/f).

Desafortunadamente, este tipo de violencia sexual se ha vuelto habitual y común en el medio. La mayoría de personas piensan que el mayor número de violaciones son cometidas por desconocidos, cuando en realidad el “date rape” es mucho más usual que la violación cometida por extraños. Según datos del gobierno Australiano, la violación es uno de los crímenes menos de declarados y por esto es difícil presentar una cifra exacta de los agresores y las víctimas. Más aún, “la violación en cita”, es mucho más inexacta ya que muchas niñas y mujeres que han sido violadas no reconocen dichas experiencias como un delito porque afirman haber conocido a su atacante (Gobierno Australiano, s/f). Muchas personas suelen pensar que cuando la mujer dice “NO”, en realidad significa “SÍ”. Dichas percepciones son originadas

en ideas equivocadas y mitos acerca de la violación, y al tratarse de mitos estos son muy peligrosos ya que terminan culpabilizando a la víctima y no al agresor. A continuación se presentan los mitos mayormente esparcidos en la sociedad occidental:

Lo que dicen	La verdad
“Los violadores se ven malos”	En realidad los violadores suelen ser chicos ordinarios de todas las edades y procedencias.
“Las violaciones ocurren usualmente por extraños en callejones oscuros”	En el 80 a 90% de los casos de violaciones, las víctimas conocen a sus atacantes y puede ocurrir en lugares familiares como la casa.
“Las chicas buenas no son violadas”	Mujeres de todas las edades y de todos los estratos sociales pueden ser víctimas de violación.
“Ella se lo buscó”	El beber, coquetear o vestirse de una manera “sexy” no es una invitación para el sexo sin consentimiento. Ninguna mujer busca ser violada.
“Si él paga la cena y bebidas, ella le debe sexo”	No importa lo mucho que gaste, el sexo no se puede esperar como un

	retorno de la inversión.
“Los hombres no pueden controlar sus impulsos sexuales”	Los hombres son totalmente capaces de controlar sus deseos sexuales- es una elección
“Las mujeres se quejan cuando son violadas, si no gritó o se defendió no es violación”	Sólo el 2 a 7% de las violaciones denunciadas son afirmaciones falsas. Las mujeres pueden estar paralizadas por el miedo, la violación es violación independientemente de si hubo o no una lucha.
“No es violación a menos que ella ha amenazado con un cuchillo o pistola”	Muchas de las víctimas tienen miedo a perder sus vidas o resultar heridos, incluso cuando no se ha utilizado un arma o fuerza física.
“Ella no dijo que no”	Hay muchas formas de expresar un “no” sin usar dicha palabra. Por ejemplo, “tengo un novio”, “vamos a ir a dormir”, “no estoy seguro”, “he estado bebiendo”, etc.
“Cuando una mujer dice NO, quiere decir Sí”	Algunos hombres piensan que las mujeres no son capaces de

	<p>manifestar sus deseos sexuales y por ello “creen” que las tienen que obligar y forzar. Cuando una mujer dice NO es que NO y no respetarlo es violencia sexual, es violación.</p>
--	---

(Fuente: Australian goverment, about date rape, s/f)

### **Israel**

Una de las circunstancias en las que es producido el “date rape”, es la ingesta de alcohol ya que las mujeres tienen menos posibilidades de defenderse y sus bebidas pueden ser adulteradas. En muchas ocasiones estas bebidas son adulteradas con drogas tales como Valium, Special K, Bump, Ruffies, y Black Hole. Estas drogas hacen alusión a los niveles de inconciencia y amnesia que las víctimas experimentan una vez consumidas dichas bebidas (Kresh, 2012). En Israel, en muchas ocasiones cuando esto ocurre y las mujeres quieren llevar el caso a juicio, los tribunales fallan en su contra dando como argumento que la víctima se expuso a esto y es responsable de los hechos consecuentes. Es por esta razón que químicos de la Universidad de Tel Aviv han inventado un dispositivo en forma de sorbete con un sensor que cambia de color al instante cuando la bebida ha sido adulterada. Los creadores de dicho dispositivo Fernando Patolsky y Michael

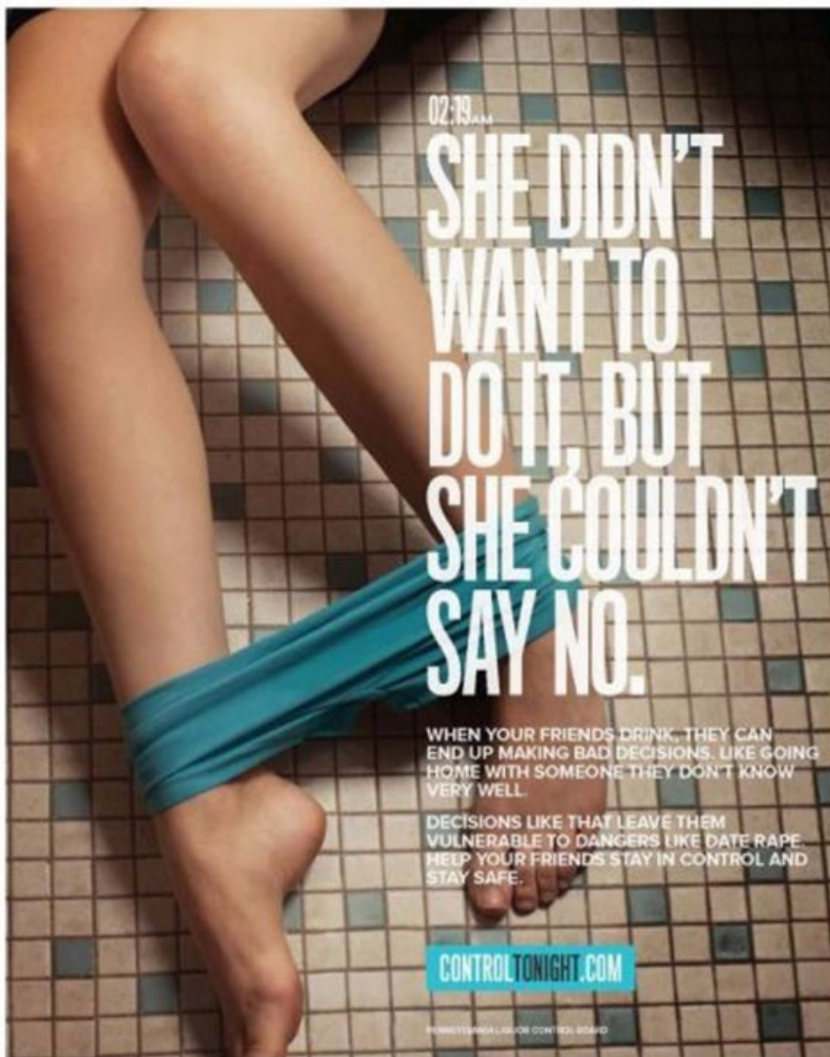
Loffe, dicen que el sensor puede detectar las drogas mayormente utilizadas en estos casos de date rape (Kresh, 2012).

### **Ejemplo de campañas/iniciativas mundiales**

#### **“Don’t be that Guy”**

Esta campaña fue lanzada por primera vez en el 2011, como una iniciativa del departamento de policía de Edmonto, en Canadá. Se realizó un relanzamiento de la campaña dos años más tarde en el 2013, con varios posters que ilustraban la temática de manera evidente. Un problema acerca del nombre de la campaña es que ésta tuvo que ser eliminada de las publicidades ya que se la consideró una frase muy ligera para la seriedad que implica el “date rape” Fuente: (Don’t be that guy, s/f). Sin embargo, el propósito de la campaña además de comunicar lo que implica el “date rape”, es hacer un alto a varias campañas americanas que seguían culpabilizando a la mujer del date rape y no a su agresor. La siguiente imagen representa dicha campaña americana:





Fuente: (Don't be that guy, s/f).

En respuesta a esta campaña, "Don't de that guy", existe para concientizar a los hombres acerca de esta temática basada en el consumo de alcohol que según el reporte del departamento de policía esta presente en la mitad de casos de asalto sexuales en el 2011. Algunas de las publicidades colocadas en los baños de hombres en discotecas, estaciones de metro y campus universitarios fueron los siguientes

- Ejemplo 1:



**IT'S NOT SEX...**

**WHEN SHE'S WASTED**

**sex with someone unable to consent = sexual assault**

Fuente: (Don't be that guy, s/f).

- Ejemplo 2:



**IT'S NOT SEX...**

**WHEN SHE'S PASSED OUT**

**sex with someone unable to consent = sexual assault**

Fuente: (Don't be that guy, s/f)

- **Ejemplo 3:**



**WHEN HE CHANGES HIS MIND**

**sex without ongoing consent = sexual assault**

Fuente: (Don't be that guy, s/f).

**“No means no Campaign”**

La campaña “No means no” surgió en Canadá a través de la Federación de Estudiantes hace veinte años atrás para crear conciencia y reducir los asaltos sexuales, el date rape y la violencia de género. La campaña ha tenido una gran popularidad en los campus universitarios canadienses y en las comunidades de dicho país. Dicha campaña ha marcado un precedente en la educación pública,

haciendo que las personas tengo un mayor conocimiento de sus derechos y responsabilidades en las relaciones sexuales. Sin embargo, aún existe dicha clase de violencia por lo que la Federación de estudiantes ha continuado promoviendo esta campaña hasta la actualidad (No means No Campaing, s/f). Ellos fueron los creadores de la “Slut Walk” (Marcha de las putas) en la cual quieren mostrar las mentalidades y comentarios sexistas de algunos policias de Toronto al momento de hablar de violencia de género y asaltos sexuales. Igualmente, el jurado Dewar en Manitoba quien mencionó que las circunstancias en las que se encontraban las mujeres y su forma de vestir hace que el violador sea menos responsable de la violación. Por lo tanto un punto principal de esta campaña es que no hay tal cosa como un “consentimiento implícito” y que el nivel de responsabilidad del agresor no debería depender de la vestimenta de la víctima o su sexualidad (Victim Blaming, Canadian Federation of Students).

- Afiche de la campaña:

**NO THANKS MEANS NO**  
**I'D RATHER BE ALONE MEANS NO**  
**NO MEANS NO**  
**NO**

**I'M NOT SURE MEANS NO**  
**I'M NOT INTERESTED MEANS NO**

**DON'T TOUCH ME MEANS NO**  
**\$#@! OFF MEANS NO**  
**I'M NOT INTERESTED MEANS NO**

**I DON'T FEEL LIKE IT MEANS NO**

**I CHANGED MY MIND MEANS NO**  
**LET'S JUST GO TO SLEEP MEANS NO**  
**SILENCE MEANS NO**

**WE'VE BEEN DRINKING MEANS NO**  
**[ ] MEANS NO**

**NOT NOW MEANS NO**

**RAPE IS NOT RESPECTING NO**

***In every way,  
in every language,  
NO MEANS NO.***

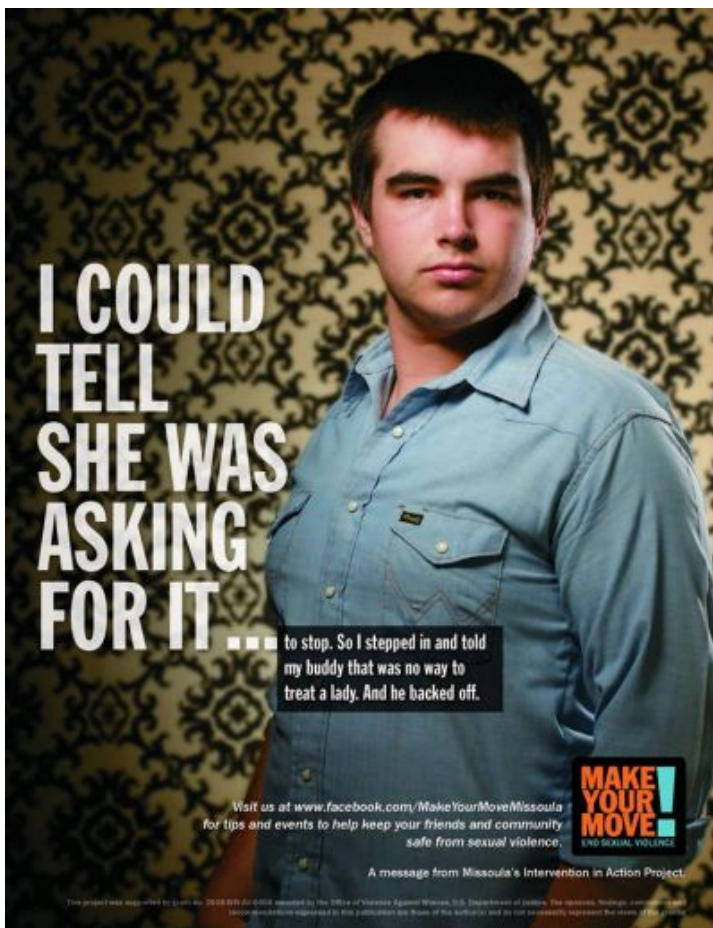
*Canadian Federation of Students*

Fuente: (No means No Campaign, s/f).

**“Make your Move”**

Esta iniciativa es una campaña que culpabiliza al penetrador y no a la víctima. Ésta tomó lugar en una ciudad conocida como “the rape capital of America” ubicada en Montana, Missoula. El objetivo de esta campaña es eliminar esos

mensajes que comunican otras campañas las cuales son dirigidas a las mujeres y buscan que ellas prevenga ser violadas. Por lo que “Make you move”, es una campaña persuasiva que busca llegar a los responsables de la violación en primer lugar. La campaña como tal motiva a los “bystanders” que son personas presentes en el momento de la violencia sexual a intervenir en dichas situaciones peligrosas que pasan frecuentemente entre las mujeres. De esta manera, todos los presentes ayudan a prevenir este tipo de violaciones (Make your move, 2013).



Fuente: (Make your move, 2013)

## HISTORIA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL ECUADOR

Antes de los años noventa en América Latina y el Caribe, la violencia contra la mujer dentro del hogar era considerado un tema privado de la pareja donde el Estado no tenía la potestad para intervenir, lo cual producía como resultado problemas dentro del ámbito legislativo, judicial y ejecutivo de las sociedades (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). En el Ecuador las barreras al ejercicio de los derechos humanos han sido asociadas con varias categorías sociales, roles o estereotipos como la residencia, el origen racial o cultural, el sexo y la edad de las personas. Esta exclusión social que se vive dentro del Ecuador afecta principalmente a la población del campo, indígenas, afroamericanos y a las mujeres (IRG). En cuanto a las mujeres que sufrían agresiones por parte de su pareja, ellas no tenían la posibilidad de denunciar ya que el Código de Procedimiento Penal prohibía la denuncia entre cónyuges, por otro lado la violencia de género no se encontraba especificada dentro de ninguna ley del país. Es así como, desde 1979 hasta la actualidad la movilización de mujeres ecuatorianas no parado su lucha por lograr que sus derechos sean consagrados dentro de la Constitución, Leyes y Políticas Públicas del país (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

El primer suceso importante frente a la polémica de violencia intrafamiliar y de género, tuvo lugar en el año 1994 con la creación de las Comisarías de la Mujer. Unos años después se creó la Ley 103, denominada la “Ley contra la violencia a la mujer y la familia“ en la cual se asume como delito este tipo de violencia. Dentro



de esta ley en el Artículo 4 se detalla los tipos de violencia que una mujer puede ser víctima.

“Art.4.- Formas de violencia intrafamiliar.- para los efectos de esta Ley, se considera :

a) Violencia física.- Todo acto de fuerza que cause daño, dolor o sufrimiento físico en las agredidas cualquiera que sea el medio empleado y sus consecuencias, sin considerarse el tiempo que se requiera para su recuperación.

b) Violencia psicológica.- constituye toda acción u omisión que cause daño, dolor, perturbación emocional, alteración psicológica o disminución de la autoestima de la mujer o el familiar agredido. Es también la intimidación o amenaza mediante la utilización del apremio moral sobre otro miembro de la familia infundiendo miedo o temor a sufrir un mal grave o inminente en su persona o en la de sus descendientes o afines hasta el segundo grado.

c) Violencia sexual.- Sin perjuicio de los casos de violación y otros delitos contra la libertad sexual, se considera violencia sexual todo maltrato que constituya imposición en el ejercicio de la sexualidad de una persona, y que la obligue a tener relaciones u otras prácticas sexuales con el agresor o con terceros, mediante el uso de la fuerza física, amenazas o cualquier otro medio coercitivo.“ (Ley 103)

Según Cecilia Valdivieso, especialista en el tema de género y quien ha trabajado en este tema por más de 16 años, indica que la falencia de la ley 103 tiene es que la violencia al género femenino no es catalogado como un delito y es tan solo una contravención. Es por esto que la “Ley contra la violencia a la mujer y la familia” necesitaba ser modificada y mejorada para ahí poder trabajar de manera más radical sobre este tema asegura Cecilia. (Cecilia Valdivieso, 2014).

Ese mismo año La Comisión Interamericana de mujeres de la Organización de Estados Americanos, junto a varias organizaciones y redes latinoamericanas consiguieron la difusión de la “Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer” (Belém do Pará). La cual ha sido legalizada por casi todos los países de la región, entre ellos, el Ecuador. Ésta obliga a los gobiernos a implementar leyes que contrarresten esta problemática, el seguimiento a las leyes y políticas para su prevención buscando atender y sancionar la violencia contra las mujeres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

En ese entonces la información que se tenía en el Ecuador acerca de la complejidad del tema era poca o nula por lo que no se vio la necesidad de reaccionar y trabajar dentro de este tema. Es en este momento cuando dentro del país se formaron y unieron organizaciones para poder recolectar información certera acerca del tema con la cual el Estado se vea obligado a trabajar con la urgencia del caso.

En el año 1997 se creó el Consejo Nacional de las Mujeres mediante el Decreto Ejecutivo No. 765; “como un organismo rector para la formulación y promoción de Políticas Públicas con Enfoque de Género con personería jurídica, patrimonio y régimen administrativo y financiero propio, que funciona adscrito a la Presidencia de la República. “ (Mecanismo de igualdad). Desde entonces el Consejo Nacional de las Mujeres se basa en la construcción de políticas que buscan transformar la vida de las mujeres. Su objetivo es lograr fortalecer la participación, ejercicio de la ciudadanía y gobernabilidad democrática. De igual manera la promoción de los derecho humanos, sexuales, reproductivos y acceso a la justicia sin importar el género. (IRG)

En 1998, las circunstancias políticas del país obligaron a la ciudadanía y sus representantes a elaborar una nueva Carta Política, donde el movimiento de mujeres aprovechó la oportunidad para consagrar sus derechos y ser escuchadas dentro de la política. A partir de entonces dentro de la constitución ha estado presente las siguientes leyes en defensa a la mujer.

- El derecho a la integridad personal y a una vida libre de violencia, a la igualdad ante la ley y la no-discriminación. (Constitución, 1998)
- La participación equitativa de mujeres y hombres en los procesos de elección popular, en las instancias de dirección y decisión en el ámbito público, en la administración de justicia, los organismos de control y los partidos. (Constitución, 1998)

- El derecho de las mujeres a tomar decisiones libres y responsables sobre su vida sexual y reproductiva. (Constitución, 1998)
- El reconocimiento formal del trabajo doméstico como labor productiva. (Constitución, 1998)
- La igualdad y corresponsabilidad en la familia y el apoyo a las jefas de hogar. (Constitución, 1998)
- La educación no discriminatoria que promueva equidad de género. (Constitución, 1998)
- La obligatoriedad del Estado de aprobar políticas públicas e institucionalidad para impulsar la igualdad de las mujeres.(Constitución, 1998)

Desde entonces pasaron diez años sin que se cambiaran las leyes hasta que en el 2008 La Asamblea Constituyente creó normas constitucionales en las diversas áreas de los derechos de las mujeres y el principio de igualdad y no discriminación, estas nuevas normas modifican o mejoran los avances logrados en 1998 hacia las mujeres en la constitución. Dentro de la nueva constituyente es importante recalcar ciertos puntos que han sido modificados dentro de la misma para el respeto e inclusión de las mujeres dentro de la sociedad ecuatoriana:

El derecho de decisión sobre la vida sexual y productiva es únicamente de la mujer así como el reconocimiento de la diversidad de familias, es decir, nadie puede obligar a una mujer a tener relaciones sexuales sin su consentimiento es

ella y únicamente ella quien tiene la potestad de elegir a su pareja sexual y / o cuando ser participe del acto como tal. (Los derechos de las mujeres en la nueva constitución).

A partir de esto nace el acceso a la justicia para las mujeres, especialmente para delitos relacionados con violencia de género e intrafamiliar. Busca ser un proceso de declaración efectivo, con un sistema de justicia eficiente, ágil, libre de corrupción y que termine con la impunidad como también la protección de las víctimas de violencia y la preparación y restitución de sus derechos. (Los derechos de las mujeres en la nueva constitución)

Es importante mencionar al artículo 21 de esta misma ley la cual dice lo siguiente; “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.” (Constitución del Ecuador) Esto deja en claro que las ciudadanas son libres de expresarse estéticamente sin ser juzgadas, estereotipadas o atacadas por su manera de vestir o expresarse a través de su estética.

En los últimos años se ha creado una unidad especial que trata los temas de violencia intrafamiliar que han sucedido en el país, empezando por registrar los casos denunciados en la comisaria de la mujer y de esta forma tener datos estadísticos que ayuden a contralar esta polémica dentro del Ecuador. Esto a sido un gran avance dentro de la ley en cuanto a la violencia de género, según

menciona Ana Almeida, ya que antes esto no era posible y los datos que se registraban eran escasos. Por otro lado en la constitución de 1998 y la ley 103 penalizaban al agresor como una contravención y no como lo hace hoy en día que es un delito penal por el cual el agresor debe pagar condena en prisión. Estos cambios han sido de suma importancia para la detención y erradicación de la violencia de género dentro de nuestra sociedad ya que logran dar una noción de la situación y el estado en el cual el Ecuador se encuentra, y hacerlo un problema real e involucrar a todos los estratos sociales.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LAS MUJERES: VIOLENCIA DE GÉNERO EN ECUADOR, NECESIDADES Y DEMANDAS**

En noviembre del 2011, se realizó la primera Encuesta Nacional sobre Violencia de Género contra Mujeres con desagregación nacional, urbano, rural y por regiones naturales a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a fin de determinar de manera precisa la prevalencia e incidencia de las diversas formas de violencia (psicológica, física, sexual y patrimonial). El objetivo de dicha encuesta es que ésta constituya un instrumento clave para la ejecución del Plan Nacional de Erradicación de la Violencia de Género hacia la Niñez, Adolescencia y Mujeres que ha venido ejecutándose en el Ecuador. Como menciona, Ana Lucía Herrera, presidenta de la Comisión de Transición Hacia el Consejo de las Mujeres y la Igualdad de Género, el hacer esta encuesta es cumplir “una deuda histórica con las mujeres, con una serie de observaciones

internacionales que se han recibido desde el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, para luchar y enfrentar a la violencia de género” (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica). Los tipos de maltrato mencionados anteriormente, son explicados en el marco de esta encuesta de la siguiente manera:

- Violencia Física: Cualquier acto de fuerza que provoque daño o dolor en las personas agredidas.
  - Violencia Psicológica: se determina como toda acción que cause daño o perturbación emocional y disminución de la autoestima de la mujer.
  - Violencia Sexual: cualquier acto sexual que obligue a una mujer tener relaciones sexuales con el agresor o terceros, mediante el uso de fuerza física, intimidaciones, amenazas u otro medio coercitivo.
  - Violencia Patrimonial: se refiere a la transformación, destrucción, o retención de objetos, documentos personales, dinero o recursos económicos destinados a satisfacer las necesidades de la víctima.
- (Fuente: Ecuador en Cifras)

De esta forma, los datos mostrados a continuación dan una idea del estado actual de dicho problema social. De manera general, se puede observar que:

- En Ecuador, seis de cada diez mujeres han vivido algún tipo de violencia de género.
- En Ecuador, a nivel de zonas nacional, urbano y rural; la zona urbana es la que mayor porcentaje de violencia de género ha experimentado con un 61,4%.
- A nivel provincial, la violencia de género sobrepasa el 50% en todas las provincias. El porcentaje en la provincia de Pichincha es una de las más altas con un 69% aproximadamente.
- Dentro del análisis de mujeres solteras, se puede observar que en cuanto a la violencia sufrida en relación a su decisión con respecto a su pareja, el 42,5% de las mujeres que no quieren dejar a su pareja, han sufrido los mayores índices de violencia.
- Igualmente, el 48,4% de las mujeres solteras que han sufrido violencia de género no se han separado de su pareja porque la quieren y la necesitan, y el 44,8% no lo ha hecho ya que considera que los problemas no son tan graves como para hacerlo.
- En cuanto al porcentaje de mujeres que han sufrido violencia según quién tomó la decisión de separarse, el 33,6% de las mujeres que sufrieron violencia fueron quienes tomaron la decisión de separarse.



### **Caso Karina del Pozo: Ejemplo de violencia sexual y la aplicación de la ley en Ecuador**

El feminicidio de Karina del Pozo ha sido uno de los pocos casos de asesinato que ha salido a la luz debido a su componente viral en redes sociales, especialmente en Facebook. El uso de medios sociales como el Facebook hizo que lo que sucedió con la joven se diera a conocer de manera masiva, lo cual generó que todos los ciudadanos fueran parte de este acontecimiento que la familia y amigos de Karina estaban pasando.

Karina del Pozo era una chica de 20 años, estudiante y modelo, Molina quien logro tener entrevista con una de sus amigas más cercanas dijo; “Karina “era muy guapa, nunca tuvo problema para conseguir trabajo de modelo.” (Molina, 2013).

La joven como en un día normal salió de su casa a realizar actividades normales y en la noche tenía pensado reunirse con sus amigos. Según los testimonios del caso, Del Pozo junto con sus amigos fueron a la casa de uno de los chicos, donde ingirieron alcohol pero tenían una noche tranquila. Karina y su amiga, Cecilia Rivera, iban a ser llevadas a sus respectivas casas por los jóvenes con los cuales Karina y Cecilia pasaron la noche. Cecilia se quedó en su casa y después iban a dejar a Karina, sin embargo es aquí donde Karina es llevada cerca del sector de llano chico, donde se presume que fue atacada, violada, y golpeada hasta su muerte. Tras investigaciones no solo se llegó a determinar que estos jóvenes eran amigos cercanos de Karina, si no que también se constató que la joven mantuvo una relación amorosa con uno de los agresores y alguna vez había tenido cierto interés por otro de ellos.

El momento en el que Karina del Pozo desapareció las redes sociales fueron bombardeadas por el suceso. A raíz de esto se evidenciaron comentarios tales como “Vivimos en una sociedad que nos enseña a las mujeres a no salir tarde o vestirse de una forma determinada, en lugar de enseñar a los hombres a respetarnos, a no violar.” (Molina, 2013) Esta afirmación la hizo una de sus grandes amigas de la infancia quien indignada reclamaba esta realidad que se vive en el Ecuador, de acuerdo con el artículo 21 anteriormente mencionado una ciudadana es libre estéticamente, se encuentra en su derecho verse y vestirse de cualquier forma sin que esto sea un atentado para su vida, no son las mujeres las que deben aprender a vestirse, si nos son los hombres quienes deben aprender a respetar los deseos de una mujer y sus formas de libre expresión.

Otro de los comentarios más escuchados dentro del caso fue especialmente expresado por el género masculino, como cita Molina dentro de su artículo, un estudiante al momento de enterarse lo que había sucedido con Karina del Pozo, su reacción inmediata fue que; “ella se expuso” (Molina, 2013). Ana Almeida organizadora oficial de la “Marcha de las putas Ecuador” durante una entrevista afirmó que la frase de “las mujeres se exponen” es una frase muy utilizada dentro de la sociedad machista, puesto que se cree que si la mujer acepta una bebida alcohólica, una cena, sale a bailar, coquetea y/o está con minifalda o escote, ella está buscando ser violada o se está exponiendo a que algo malo le suceda, “no creo que haya mujer que salga de su casa deseando ser violada” (Almeida, 2014). Dentro de estas expresiones de personas ajenas al caso

se puede medir el estado en el cual el concepto respeto de género e igualdad se encuentran dentro de la sociedad.

Molina redacta los sentimientos de una de las amigas más cercanas de Karina. Una vez que Karina desapareció la joven amiga fue a realizar la declaración de su desaparición y la respuesta que obtuvo por parte del servicio público fue: si ella o Karina eran chicas prepago. Dentro de lo que estaba sucediendo con la joven esta pregunta era muy irrelevante, ya que el hecho de que sea o no sea alguien prepago no da derecho a ningún ser humano a atacarla, violarla y matarla. También fue preguntada qué ropa estaba utilizando la víctima durante lo ocurrido y fue obligada a describir la conducta habitual de la desaparecida. Este tipo de preguntas llevan a la estigmatización donde se trata de justificar al agresor por el delito que ha realizado sin tener en claro que no existe razón alguna para que un hombre, y peor cuatro, agredan de esa manera a una mujer.

Las noticias de Karina del Pozo se publicaron dentro de todos los medios para que esto pueda ser escuchado y seguido por las autoridades de tal manera que algún día la violencia de género se termine. Mientras salían noticias de ayuda, y videos de Karina, apareció paralelamente un video que ya ha sido retirado el cual decía que Karina no era ninguna santa y fue ella quien estaba buscando lo que le sucedió (Molina, 2013).

El caso de Karina del Pozo ha servido para que salgan a la luz muchos otros que han sido reprimidos, y olvidados por las autoridades judiciales. Así se ha comenzado a evidenciar lo crítico de los femicidios en el Ecuador, la violencia de

género. Una realidad que ha sido ocultada dentro de nuestro entorno. Sin embargo Karina es una de las chicas que pagó un precio muy alto por ser mujer, guapa, cuidar su cuerpo, salir en las noches sin acompañante, por ser independiente y autónoma. Karina es quien sacó a la luz todo el machismo que sucede dentro del país que se lo había mantenido oculto.

Si bien dentro de este caso existen muchos temas inconclusos y de gran importancia, es de suma urgencia hacer hincapié en la relación que mantenía la agredida con sus agresores, estos eran considerados sus amigos, es decir, personas de confianza con quien ella salía y se sentía segura, podía ingerir alcohol. Sin embargo para Karina lastimosamente su destino fue otro, la joven de 20 años fue atacada por sus amigos, y ex novio quienes pensaron que el que Karina aceptó ser conducida a su casa, les daba la potestad de violarla.

Este caso marcó un precedente frente a las autoridades ante el problema de machismo que se vive en el Ecuador. A la par, el gobierno de Rafael Correa inició una campaña en contra del machismo bajo el nombre de "Reacciona Ecuador, el machismo es violencia. "Una campaña significativa, positiva en la que participa y se involucra a los hombres. El principal camino para erradicar la violencia es lograr un cambio profundo en la construcción de las relaciones entre mujeres y hombres promoviendo la igualdad de derechos, el respeto como seres humanos y el compromiso con la vida. (CIESPAL) El objetivo de la campaña es buscar la comprensión de la sociedad ecuatoriana que la violencia contra las mujeres de todas las edades y condiciones: económica, social y cultural no es normal; es una violación de derechos humanos que pone en riesgo sus vidas y

que perjudica el desarrollo del país. Esta campaña comenzó hace cinco años, el primer tema que se trató fue la lucha contra el machismo. Fue una campaña exitosa, porque explicaba los diversos estereotipos del machismo y los comportamientos que lo afirman. Sin embargo, en el año 2013, paralelo al caso de Karina del Pozo, salieron spots de la nueva fase de dicha campaña, una en particular denominada "Campaña contra el consumo excesivo de alcohol Reacciona Ecuador", la cual fue severamente criticada por algunas expertas. La cuña presentaba a una adolescente agraciada y en estado de embriaguez, quien al final se sube al vehículo de unos desconocidos, dicha propaganda fue pautada por la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), con el objetivo de concienciar a las personas sobre los "peligros" de "perder el control de tu vida" a causa del alcohol. Sin embargo, el 'spot' fue muy cuestionado, lo que obligó a retirarlo del aire (Radio Colosal). Estando el tema de Del Pozo vigente, según Margarita Carranco, activista en defensa de los derechos de la mujer, dicha cuña guarda un mensaje machista, el cual hace referencia a la culpabilización de la víctima, de la mujer. "Nos están diciendo que las mujeres somos culpables de nuestra propia muerte. Cuñas como ésta "estigmatizan" a las mujeres por usar minifalda o un escote en el pecho " (Carranco, 2013). Igualmente, Ana Almeida coincide con que esta propaganda refuerza el estereotipo de que no podemos mostrar las piernas o el busto porque es un pedido para que violen o irrespeten a la mujer. Como Almeida afirmó, "Creo que la gente de la Secom tiene una perspectiva retrógrada de lo que las mujeres somos y queremos hacer" (Almeida, 2014). Finalmente, otras críticas como Rocío Carpio, mencionó que al ver la cuña se "espeluznó" y Cristina Burneo hizo referencia a

cómo estos estereotipos mostrados hacen que la mujer sea la culpable, en palabras de ella: “Son mujeres. Son culpables. Así como lo confirma este spot. Se tejen, en una simultaneidad perversa, el discurso mediáticos oficial, que culpabiliza a la víctima; el sistema legal, que la juzga por ser mujer; y la reconstrucción mediática del asesinato de Karina, que sucedía al mismo tiempo que se pasaba el spot, mientras que se pasaba el spot, mientras los "interrogadores" elaboraban sus preguntas, ansiosos de saber si las testigos eran prostitutas. ¿Y si lo eran?” haciendo alusión a lo ocurrido en el caso de Karina del Pozo, cuando en reiteradas ocasiones, se preguntó si se trataba de prostitutas o mujeres prepago. “No sólo me enseñes a cuidarme a mí. Enseña a los hombres a no violar”, agregó Burneo (Radio Colosal, 2013).

Por otro lado en cuanto a la constitución y la presencia de este spot, ayudó a que este caso no quede impune, y se replantee lo mostrado en el spot. Igualmente, se lograron cambios en la ley, Ana Almeida afirma que, “después del doloroso caso de Karina del Pozo se promovió la tipificación del femicidio en el código penal integral ya que antes se consideraba que la muerte de mujeres eran causa de muertes pasionales y no como violencia de género y atentado contra la mujer” (Almeida, 2014). Por lo que hoy en día después de lo sucedido, la muerte de una mujer es por violencia específica y recibe juicio penal con una pena máxima de 25 años de encarcelamiento.

## **Estudio práctico investigativo de la situación de las mujeres universitarias en el Ecuador y el “date rape”**

El propósito de este estudio es investigar la incidencia del “date rape” entre las mujeres estudiantes de Universidades (18 a 25 años) en la ciudad de Quito y evaluar la actitud y el conocimiento sobre dicho tema.

### **Objetivos**

1. Identificar la incidencia del “date rape” en las estudiantes mujeres en Quito
2. Explorar las distintas actitudes y experiencias de estudiantes mujeres concerniente al “date rape”
3. Conocer y promover la concientización a los jóvenes, tanto hombres como mujeres acerca de esta temática.

### **Análisis de la situación en la ciudad de Quito**

Quito tiene una población de 2'239.191 habitantes. De los cuales el 48% son hombres y el 52% son mujeres.

### **La violencia de género en Quito**

La violencia de género esta basada en los estereotipos culturales de país. El Ecuador ha basado sus creencias en la Iglesia Católica la cual esta impregnada por el patriarcado. En efecto los ciudadanos en Quito llevan una vida tradicional en la cual se fortalece el culto a lo masculino. Igualmente, en el Ecuador, ha ocurrido año tras año la naturalización de la violencia, la cual genera que las mujeres piensan que es normal que exista violencia como parte de las

relaciones y además se tiende a que el hombre sea quien controla el cuerpo de las mujeres, es decir, él es quien determinará el cuándo, el cómo y el dónde van a tener una relación sexual (Valdivieso, 2014).

## **Metodología**

El investigación consistió en un estudio cuantitativo y cualitativo, se tomó en cuenta a 110 mujeres registradas en cualquier Universidad de Quito y se les pidió que respondan a un cuestionario anónimo.

### **Cuantitativa**

El cuestionario consistió en tres partes

1. Noviazgo.
2. Violencia durante una cita.
3. Experiencias sexuales no deseadas en las citas, noviazgo.

Todas las preguntas tuvieron un formato de opción múltiple, excepto la última que consistió en una pregunta abierta para permitir al encuestado sus puntos de vista frente a la violación, la violencia en las relaciones de pareja o cualquier otro aspecto que quisieran contribuir dentro de este estudio. Un promedio de 15 minutos fue asignado para la realización de cada cuestionario.

### **Cualitativo**

Se llevó a cabo una guía de discusión mixta de jóvenes universitarios para recolectar datos acerca de violencia de género dentro de nuestra sociedad.



Los grupos focales consistieron en tres partes:

1. Introducción (explicación del concepto “date rape“, ejemplos alrededor del mundo, etc.)
2. Relaciones de pareja / experiencias sexuales no deseadas / estereotipos de género.
3. Preguntas acerca de estas temáticas, sus percepciones y posibles soluciones.

## **Cuestionario**

### **I Datos Demográficos**

**Edad:**

**Género:**

1. **¿Qué carrera universitaria estás siguiendo?**
  - a) Leyes
  - b) Educación
  - c) Medicina
  - d) Administración (Marketing, Finanzas, Productividad)
  - e) Artes Liberales (Arte, Música)
  - f) Comunicación (Relaciones Públicas, Periodismo, Diseño gráfico, Publicidad)

- g)** Ingeniería (Civil, Mecánica, Industrial, Alimentos)
- h)** Ciencias Políticas (Negocios Internacionales, Relaciones Internacionales)
- i)** Otras

**2. ¿Actualmente tienes pareja?**

- a)** Si
- b)** No

**II Relaciones de Pareja**

Esta sección busca explorar las relaciones de noviazgo y definir una cita como una actividad romántica / social planificada con otra persona. Ejemplos de estas actividades pueden incluir pero no limitar a: comer, ir al cine, salir a pasear, ir a la playa o reunirse en casa de un amigo. Podría ser una actividad para conocer a alguien mejor sin embargo podría significar salir con alguien que la persona ya conoce y están “saliendo”.

Dentro de una cita puede existir un interés romántico / sexual por uno o ambos de la pareja.

**3. ¿Has tenido alguna relación romántica y/o sexual?**

- a)** Si

**b) No**

**4. ¿A que edad tuviste tu primer novio?**

**a) 10 a 12**

**b) 13 a 15**

**c) 16 a 18**

**d) Otro**

**5. ¿A que edad tuviste tu primera relación sexual?**

**a) 10 a 12**

**b) 13 a 15**

**c) 16 a 18**

**d) Otro**

**6. ¿Cuál es tu orientación sexual?**

**a) Heterosexual**

**b) Homosexual**

**c) Bisexual**

**7. ¿En los últimos 12 meses con cuántas personas has salido?**

- a) 1 a 3
- b) 4 a 6
- c) 7 a 9
- d) 10 o más

**8. Te ha sucedido alguna de estas afirmaciones con tu cita/salida:**

	Si	No
Mi cita y yo fuimos a la casa de un amigo para poder estar solos.		
Mi cita y yo fuimos a la casa de un amigo en grupo.		
Fuimos a mi casa o la de mi cita para poder estar solos.		
Fuimos a mi casa o la de mi cita en grupo.		

Fuimos a una discoteca/bar.		
--------------------------------	--	--

**9. ¿Quién paga usualmente los gastos de la cita?**

- a) Yo
- b) Mi pareja / Cita
- c) Dividimos los gastos

**10. ¿Cuántas bebidas alcohólicas ingieres durante una cita?**

- a) Ninguna
- b) 1 a 3
- c) 4 a 6
- d) 7 o más

**11. ¿ Con qué frecuencia te has encontrado en las siguientes situaciones con tu pareja?**

	<b>Nunca</b>	<b>Raramente</b>	<b>A menudo</b>	<b>Siempre</b>
Te ignora / No te presta atención				

Ignora tus sentimientos				
Critica a ti o a tus ideas				
Te insulta				
Te humilla en público				
Actúa extremadamente celoso				
Toma decisiones por ti				
Te agrede físicamente				
Te grita				

### **III Experiencias sexuales no deseadas con tu cita**

Una experiencia sexual no deseada ocurre cuando una persona en la cita deja en claro ya sea verbal o no verbalmente que ella no quiere participar de la actividad sexual, pero está obligada a hacerlo de todos modos. Se considera una experiencia sexual no deseada temas desde; hacer que una mujer bese a su cita hasta obligarla a mantener relaciones sexuales.

**12. Has cedido al acto sexual cuando no has querido por alguna de las siguientes razones.**

	<b>Si</b>	<b>No</b>
Te sentías presionada por tu cita		
Tu cita te amenazó o uso algún grado de fuerza física		
Te pasó esto bajo el efecto del alcohol o drogas		

Tenias miedo de perder a tu pareja por decir que no		
---	--	--

**13. Has tenido alguna experiencia sexual no deseada.**

- a) Si
- b) No

**14. Has contado a alguien acerca de esta experiencia no deseada.**

- a) Si
- b) No
- c) No he estado en esta situación

**15. ¿Cuanto tiempo conocías a esta cita?**

- a) No conocía a mi cita
- b) Pocos días
- c) Pocas semanas
- d) Pocos meses
- e) Un año o más



f) No he estado en esta situación

**16. ¿Cómo describirías tu relación con esta persona?**

a) Novio

b) Pareja sexual

c) Alguien con quien salías

d) Un amigo

e) Primera cita

f) No he estado en esta situación

**17. ¿Dónde fue tu cita?**

a) Cine

b) Fiesta

c) Restaurante

d) Playa

e) Discoteca / bar

f) No he estado en esta situación

## **Fundaciones, organizaciones y asociaciones nacionales que trabajan a favor la igualdad de género y en contra de la violencia sexual**

En Ecuador existen varios grupos y fundaciones que trabajan a favor de la igualdad de género y la erradicación de la violencia sexual en contra de las mujeres. Algunas de ellas se centran en un tipo de violencia específica, y los segmentos varían de acuerdo a las edades en las que se enfocan. De las fundaciones investigadas, ninguna trabaja el tema de Date Rape en el Ecuador, ya que al ser un término desconocido hasta ahora, no existe un enfoque específico para éste. El movimiento de la “Marcha de las putas”, es el único que hace mención al tema de “date rape” puesto que sus orígenes se dieron a partir de esto en Canadá, de esta manera, consideramos que ésta es la asociación que se identifica con el tema tratado, igualmente, existirá una breve descripción de algunas otras fundaciones que si bien no tratan el tema directamente, trabajan para reducir dichos índices de violencia de género.

### **Marcha de las putas Ecuador**

Ana Almeida, activista transfeminista (diversidad sexual y de género) y organizadora de la marcha de las putas menciona que su interés por este tema y el realizar esta marcha comenzó al observar la “slutwalk” desde sus inicios en Canadá y sus réplicas en otros países. Ana Almeida menciona que lo que ocurre es que, “en las primeras citas, los chicos hombres piensan que el hecho de que la mujer haya aceptado un trago, comida o alguna cosa, implica que

necesariamente quiere sexo y cuando, en efecto, las mujeres se niegan, les es difícil a ellos entender que el no es no, y piensan que es un sí escondido” (Almeida, 2014). Es así como determinó que era una posibilidad interesante el proponer el tema en la sociedad ecuatoriana. Ella afirma que en aquel entonces era muy difícil ya que el nombre en sí “putas” es fuerte y se pensó en reemplazarlo. No obstante, lo mantuvieron ya que a través de talleres políticos se determinó que dicha palabra es utilizada generalmente por el agresor para describir la situación en la cual una mujer “ha cometido una infracción” dentro de la ideología machista y patriarcal, por ejemplo: cuando la mujer está con un escote, cuando propone sexo o cuando está con un chico o baila de forma sensual. La segunda reflexión de dicha palabra es que ésta es una palabra que “siempre nos han dicho, y siempre ha sido considerada un insulto”. (Almeida, 2014). En efecto, Almeida, asegura que “si ser libre, es ser puta, entonces me declaro puta positivamente y le quito al otro el poder de que la palabra sea un insulto” ”. (Almeida, 2014). Por último, Almeida afirma que el término se usa como una concepción de la libertad sexual de las mujeres que es muy distinta a la del hombre que son siempre en positivo, mientras que en la de las mujeres todo es contrario y negativo “puta, perra, zorra, regalada, la fácil, hay un problema en nuestro lenguaje, por lo tanto si no hay palabras en positivo, yo me apropio del insulto y lo hago mío” mencionó Almeida. Consecuentemente, se realizó el siguiente manifiesto el cual hace una reflexión sobre la existencia de la violencia de género que la sociedad no se escandalice más con una palabra como “PUTA”, de ahí el lema de la camiseta de la marcha “la sociedad se escandaliza frente a

una palabra fuerte, pero no se escandaliza frente a la violencia” (Almeida, 2014). De igual manera, Almeida menciona que la marcha no buscar ser una lucha de mujeres contra de los hombres, sino que ésta es una lucha contra la violencia de género, que busca cambiar la conducta del que agrede que en su mayoría es hombre. Y, además, entender que la violación es estructural, es un sistema donde todas y todos, hombres y mujeres, en algún momento de la vida pueden ser agredidos (Almeida, 2014). En efecto, la primera Marcha de las Putas versión Ecuador, fue realizada en marzo del 2012. Este movimiento no está abalado por ninguna ONG o empresas privadas, los fondos son donaciones. Dentro de la segunda versión de la Marcha de las Putas, existieron muchos más jóvenes, lo cual hizo que la Marcha busque para la tercera transmitir mensajes a la gente joven.

### **Manifiesto Marcha de las Putas Ecuador**

Nosotras y nosotros, mujeres, hombres y personas de diversa condición sexo-genérica que impulsamos la Marcha de las Putas – Ecuador, desde nuestro contexto particular, y en solidaridad con quienes en otras partes del mundo impulsan esta misma Marcha, denunciemos públicamente las actitudes y prácticas sociales, culturales e institucionalizadas de maltrato, cosificación, estigmatización, y opresión de las mujeres y otr@s feminin@s y manifestamos que:

**1. Frente a la constatación de que "puta" es una palabra que describe múltiples formas de insumisión y autonomía femenina, en particular de insumisión y autonomía sexual; NOS ASUMIMOS PUTAS.** Porque así nos han

llamado por habernos hecho una ligadura, por tener más de una pareja, por vestir híper-femenin@s, por salir solas de noche, por proponer sexo, por abortar, por contestar (o, peor aún, contestar que "no"); por ser mujer y amar a otra mujer, por decidir no ser madres, por haber feminizado o masculinizado nuestro cuerpo en sentido contrario a nuestro sexo, por usar anticonceptivos, por divorciarnos, por negarnos a aceptar la violencia en nombre de la feminidad, la familia y la maternidad, entre otros muchos actos de autonomía sobre nuestros cuerpos y vidas. Si ser putas es hacer lo antes descrito, y dado que eso no va a cambiar, nos ratificamos putas.

**2. Frente a la represión que sufren l@s trans y otras personas que asumen expresiones de género alternativas; NOS VESTIMOS PUTAS.** Una diversidad de géneros encabeza nuestra marcha porque reivindicamos la libertad estética y la diversidad de género como cuestión transfeminista. Porque pensamos que ni el feminismo es exclusivo de las mujeres, ni la transgresión del género es exclusiva de las personas trans. Y por eso reivindicamos todas aquellas expresiones de género que rompen con la estética binaria y patriarcal que nos dibuja un mundo de dos lugares únicos: el de las "mujeres femeninas" y el de los "hombres masculinos". Y celebramos la subversión estética, tan encarnada en la hiperfeminidad de la puta y en la del gay que "echa plumas", como en la masculinidad de las mujeres machonas o en la de los hombres que nacieron con vagina; o aún, en la androginia de quienes se niegan a asumir una expresión de género inequívoca.

**3. Frente a la represión que sufren las trabajadoras sexuales - las putas remuneradas entre las putas otras - NOS ALIAMOS EN UN UNICO BANDO DE PUTAS TODAS.** Rechazamos la estigmatización de las trabajadoras sexuales y afirmamos sus derechos; especialmente su derecho a ocupar el espacio público. Celebramos la posibilidad que ellas nos han planteado de reivindicar la capacidad de negociación sexual de las mujeres (no sólo en términos económicos) y celebramos, sobretodo, la necesidad de superar la tramposa división patriarcal que se hace de las mujeres en dos bandos - el de las "putas" y el de las "decentes" - división que a menudo hace creer, a las "decentes" , que están en mejor situación que las "putas". ¡Todas PUTAS Todas!

**4. Frente a la negación del placer femenino, y porque puta, significa muchas veces "la que goza", NOS NOMBRAMOS POSITIVAMENTE PUTAS.** Porque si existen tantas palabras para hablar en positivo de la autonomía y el placer sexual de los hombres - macho, varón, torazo, campeón - y en cambio no existe término alguno que enuncie en positivo la autonomía y el placer sexual de las mujeres - sino tan sólo "puta" y sus sinónimos - nos negamos a quedarnos sin palabras y afirmamos, otra vez, que somos placentemente putas.

**5. Frente a la justificación familiar, social, policial, judicial y mediática de la violencia sexual y de género como auto-provocada por las actitudes y estéticas de insumisión femenina; ALZAMOS LA VOZ DE PUTAS.** Y no nos callaremos hasta que las instituciones, y la sociedad en general, aprendan a ubicar correctamente la responsabilidad social y legal frente a la violencia sexual y de género y empiecen a juzgar, no a las víctimas por ser "buenas" o "malas",

"putas" o "decentes", sino a los agresores por ser agresores y a los violadores por ser violadores.

**6. Frente a las marcas de control y castigo infligidas en los cuerpos femeninos y feminizados, que en su peor expresión se plasman en femicidio, feminicidio y crímenes de odio; NOS RECONOCEMOS COLECTIVAMENTE PUTAS.** Porque los asesinatos, violaciones y formas de violencia extrema contra mujeres, personas trans, trabajadoras sexuales y otr@s disidentes del género y la sexualidad, no atentan aisladamente contra cuerpos específicos, sino sistemáticamente contra las identidades colectivas que en ellos se encarnan. Demandamos que el Estado reconozca que detrás del genocidio femenino está la tutela patriarcal que nos convierte en sujetos con cuerpos disponibles y desechables. Demandamos que el Estado actúe en consecuencia, promoviendo políticas que favorezcan la plena autonomía de las mujeres y personas de diversa condición sexo-genérica sobre sus cuerpos.

Porque "PUTA" ha sido siempre "ELLA" y nunca "YO", siempre una sentencia y nunca una asunción, hoy nos robamos la sentencia para afirmar que somos NOSOTRAS quienes nos juzgamos a NOSOTRAS MISMAS. Marchemos, PUTAS, para que la palabra nunca más nos duela, nos culpe ni nos estigmatice. Marchemos, PUTAS, para que se escuche y se entienda que le decimos NO a la VIOLENCIA DE GENERO y SI A LA LIBERTAD ESTETICA Y SEXUAL, A LA AUTONOMIA Y A LA IGUALDAD ENTRE MUJERES, HOMBRES Y PERSONAS DE DIVERSA CONDICION SEXO-GENERICA.

**¡TODAS PUTAS TODAS!!!**

Fuente Manifiesto: La Marcha de las Putas Ecuador

Además de la Marcha de las Putas, este movimiento realiza varias campañas a lo largo del año acerca de la concientización de la violencia de género. Una de ellas se denominó “seis de cada diez y no lo ves” y para ella se realizó un performance de mujeres maquilladas como si estuvieran golpeadas, que caminaban por la plaza grande a vista de todas las personas, y en un momento dado gritaban. Esto fue realizado a fin de crear conciencia sobre las cifras de violencia de género en el Ecuador (Almeida, 2014).

### **Gamma**

La organización Gamma está establecida en la provincia de Azuay, y tiene un compromiso con la red de la vida en todas sus expresiones a través de:

A. Desenmascarar los hábitos de la cultura patriarcal a fin de que las personas y la sociedad dejemos de asumir como hechos naturales situaciones de discriminación, subordinación, exclusión y violencia ([gammaecuador.org](http://gammaecuador.org)).

B. Sentar bases para el establecimiento de la cultura matrística a fin de levantar una sociedad en donde las personas y la sociedad podamos desarrollarnos y vivir a plenitud ([gammaecuador.org](http://gammaecuador.org)).

En cuanto a las gestiones realizadas, la fundación trabaja a nivel Cuenca y a nivel nacional, algunos de sus proyectos se han basado en el bienestar de la mujer de las siguientes formas:

- Serie “Mujeres creadoras, su obra, su vida”, que difunde la vida y obra de 10 mujeres ecuatorianas, casi todas cuencanas y que busca valorar los



aportes de las mujeres a la construcción de cultura en nuestro país, desde la perspectiva de género (gammaecuador.org).

- Más de cien spots radiales sobre lectura comprensiva de mensajes en los medios de comunicación; decenas de spots radiales para prevención de violencia, difundidos en diversas campañas, año a año (gammaecuador.org).
- Apoyo permanente a organizaciones en capacitación y formación con enfoque de género y desde el aporte metodológico y conceptual de la escuela sistémica, la terapia social y las necesidades humanas esenciales. Acompañamiento a organizaciones que atienden la problemática de violencia de género para apoyar terapéuticamente a los equipo técnicos que atienden directa y cotidianamente esta problemática (gammaecuador.org).

### **Cascos Rosa**

Es una organización formada en el año 2010 para luchar en contra del machismo que busca romper paradigmas. Esta red promueve una auto-reflexión sobre las masculinidades y la sexualidad a fin de contribuir a la construcción de verdaderos cambios culturales en las relaciones entre hombres y mujeres en la sociedad ecuatoriana. Esta organización está conformado por chicos menores de 20 años quienes llevan a cabo talleres en diversas provincias, se denominan el grupo “neomasculinos”, y luchan contra el machismo y por la equidad de género. Su objetivo es justamente desmentir los roles sociales impuestos en la sociedad a fin

de que “la forma esperada de ser hombre” cambie. Como menciona uno de los miembros y líderes de este movimiento, Fredy Calderón de 18 años de edad, “estamos cansados de actitudes machistas, tanto del hombre como de la mujer” (Calderón, 2011). Igualmente una entrevista telefónica con Damián Valencia, fundador del movimiento, menciona que entre las actividades que se realizan dentro de este movimiento son:

- Talleres en instituciones a estudiantes jóvenes a partir del primer año de diversificado (cuarto curso)
- Cine foros en instituciones educativas tales como “Tu plata maltrata”
- Concursos de fotografía que exponen lo que es el machismo y que fue publicado en el cine Ocho y Medio
- Exposiciones fotográficas expuestas en sedes del gobierno provincial de Pichincha
- Acercamiento en lugares estratégicos a personas para hablarles acerca del machismo y como erradicarlo

Los fundadores son jóvenes de colegios que se financian a través de la fundación mexicana Coalición cuyo objetivo es garantizar el respeto a sus derechos humanos en el país, y trabajan en conjunto a su vez con cinco organizaciones de la sociedad civil con una amplia y probada experiencia trabajando a favor de esta población, para formar la Coalición (Coalición, s/f). Igualmente, tienen el respaldo del gobierno de Pichincha y Onomujeres.

## Conclusiones y Recomendaciones

- En el Ecuador existen algunos avances importantes en relación a la erradicación de la violencia de género. La encuesta realizada en el 2011 permite determinar de manera clara cuáles son los problemas que requieren una solución oportuna que brinde derechos a las mujeres y traiga consigo equidad de género.
- Si bien se han generado avances en el tema, las estadísticas demuestran que existe una problemática bastante grande dentro del país ya que 6 de cada diez mujeres han sido violentadas, lo cual muestra un ardua gestión a fin de erradicarla.
- No existe conocimiento del tema “date rape” dentro de la sociedad ecuatoriana, muchas jóvenes siguen teniendo la tendencia a culpabilizarse de lo sucede como se demuestra en las encuestas en las que afirman que las mujeres se “predisponen” a que algo malo les pase. Esto implica que se necesita trabajar tanto en la concientización de hombres y mujeres, de diversas maneras. En el caso de los hombres, la concientización debe basarse en hacerles comprender que “el no de una mujer, no es un sí escondido” y que debe respetarle a la mujer en cualquier circunstancia, mientras que en la mujer, la concientización debe estar dirigida en la línea de que ella nunca es la culpable de que algo malo le suceda y que el vestirse de una forma específica, bailar, ingerir alcohol o inclusive ser mujeres “prepagos” son justificantes para que exista violencia en su contra.

- Al ser el término rape date relativamente nuevo en el Ecuador, no existen aún fundaciones que trabajen en este tipo de traumas específicamente, lo cual demuestra una amplia necesidad de darlo a conocer y trabajarlo de manera intensa para que se ponga mayor atención en el tema y que no quede olvidado.
- Muchos casos como el de Karina del Pozo ocurren en el Ecuador, sin embargo algunos de ellos quedan impunes ya que no han sido viralizados de la misma manera, e igualmente, siempre existe la equivocada idea de afirmar que la víctima de una u otra forma “se busca lo que le pasa”.

## **EJECUCIÓN PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **El Sexo Es De Dos: campaña comunicacional en contra de las violaciones en citas (Date Rape)**

El Sexo Es De Dos es una propuesta de tesis después de constatar el poco conocimiento y la gran incidencia de las violaciones en citas entre los jóvenes ecuatorianos en la ciudad de Quito. La iniciativa promueve la concientización de la temática “violación en una cita” y busca inclusión de hombres y mujeres en la lucha contra los agresores y terminar con los estereotipos sociales que culpabilizan a la mujer (en la mayoría de casos) y no a los agresores. El slogan escogido es “no hay excusa para el que abusa para transmitir el mensaje de que no hay ninguna justificación para una violación puesto que nadie busca, o pretende con su forma de ser, vestirse o aceptar una invitación, el ser violada.

**Objetivo general**

Dar a conocer y concientizar acerca de la temática “violación en una cita” a los jóvenes universitarios y a la sociedad quiteña en general.

**Objetivos Específicos (demostrables, cuantificables y justificables)**

- Conseguir al menos la cobertura de 5 medios a lo largo de todas las fases propuestas en la campaña.
- Recaudar \$200 a partir del evento y el producto que se venderá para dicho propósito.
- Tener la participación de al menos 100 personas en el BTL que será realizado en distintas universidades de Quito.
- Tener el apoyo de 50 personas (hombres y mujeres) en el activismo, a fin de que se promueva la causa.
- Tener la participación de al menos 100 mujeres en la activación propuesta a fin de concientizar acerca de dicha temática.

**Público Objetivo**

El público objetivo son mujeres y hombres estudiantes universitarios de 18 a 25 años que residen en la ciudad de Quito. Queremos llegar a todos los estratos sociales con nuestra campaña, por lo que todas las actividades propuestas serán replicadas en diversas universidades de Quito tales como: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Universidad de las Américas, Universidad Salesiana, Universidad Politécnica del Ecuador, Universidad Tecnológica Equinoccial, entre otras.

## **PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA EL SEXO ES DE DOS**

### **Estrategia comunicacional**

La estrategia comunicacional buscó llegar a los jóvenes con mensajes claros y concisos, los cuales sean llamativos y de fácil recordación. La tipografía utilizada dentro de la línea gráfica fue: Impact y Comfortaa, las cuales buscan igualmente ser llamativas para los jóvenes y que ellos se apropien de los mensajes. El diseño tiene el concepto de dar un mensaje de jóvenes para jóvenes. Por otro lado se maneja el color morado para los mensajes dirigidos a las mujeres y azul para los hombres, de tal manera que permitió manejar dos distintos mensajes personalizados para que tenga un mayor impacto e implicación de ambos lados.

### **Logo**

El logo de la campaña como se puede observar es el nombre de la misma con los signos de masculino y femenino en la letra “o” de sexo y de dos, para hacer referencia justamente a través de estos símbolos que para que se dé una relación sexual debe existir el consentimiento de ambas partes ya que caso contrario se trataría de una violación. Igualmente, se encuentran ambos logos juntos para hacer referencia a que juntos, hombres y mujeres, debemos trabajar unidos para lograr cambios y dejar de culpabilizar a la víctima y ser activos en la lucha contra los agresores y todos los estereotipos creados. Dentro del logo, se eligió el color morado ya que éste representa la lucha contra la violencia de género

mundialmente, por lo que consideramos que este color sería el más adecuado para la temática “El Sexo Es De dos”.



## Flyer/ Mensaje personalizado para hombres

**La manera de vestirse  
COMPORTARSE,  
ACEPTAR UN TRAGO O  
UNA INVITACIÓN  
NO JUSTIFICA UNA  
VIOLACIÓN**

Ponte P•I•L•A•S

Pregunta a tu pareja si quiere • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión esta en ti  
Acepta un NO como respuesta • Sexo es de dos

**SEXO  
es de  
dos**

## Flyer/ Mensaje personalizado para mujeres

**TÚ DECIDES  
CUANDO TENER  
SEXO  
SÉ FIRME CON TU  
RESPUESTA**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión esta en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

**SEXO  
es de  
dos**



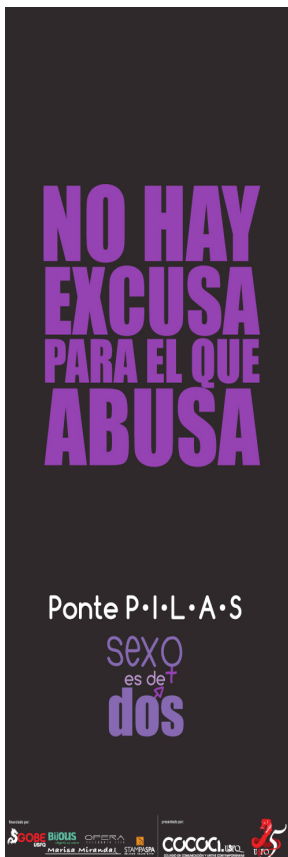
Afiche del Evento "Desfile de Modas by El Sexo Es De Dos



Entrada al evento



Roll up El Sexo Es De Dos



## Mensajes de Cucas

**EN EL ECUADOR  
SE CULPABILIZA A LA  
VÍCTIMA  
EN LUGAR DE  
AL VIOLADOR**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

SEXO  
en citas  
dos

**6 DE CADA 10  
MUJERES HA  
VIVIDO ALGÚN TIPO  
DE VIOLENCIA  
DE GÉNERO EN  
EL ECUADOR**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

SEXO  
en citas  
dos

**A NIVEL PROVINCIAL  
LA VIOLENCIA DE  
GÉNERO SOBREPASA  
EL 50%. EN  
PICHINCHA ES  
DEL 60%**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

SEXO  
en citas  
dos

**EN EL 98%  
DE LOS CASOS  
DE VIOLACIONES EN CITAS  
LAS VÍCTIMAS  
SON MUJERES**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

SEXO  
en citas  
dos

**MÁS DEL 30%**  
DE MUJERES ENTRE 18 A 24 AÑOS  
**HA TENIDO**  
**RELACIONES**  
**NO DESEADAS**

**MÁS DEL 60%**  
DE LA POBLACIÓN CREE QUE UNA  
MUJER A TRAVÉS DE LA FORMA DE  
**VESTIRSE**  
**BAILAR O ACTUAR,**  
**SE EXPONE A QUE**  
**“ALGO MALO LE PASE”**

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

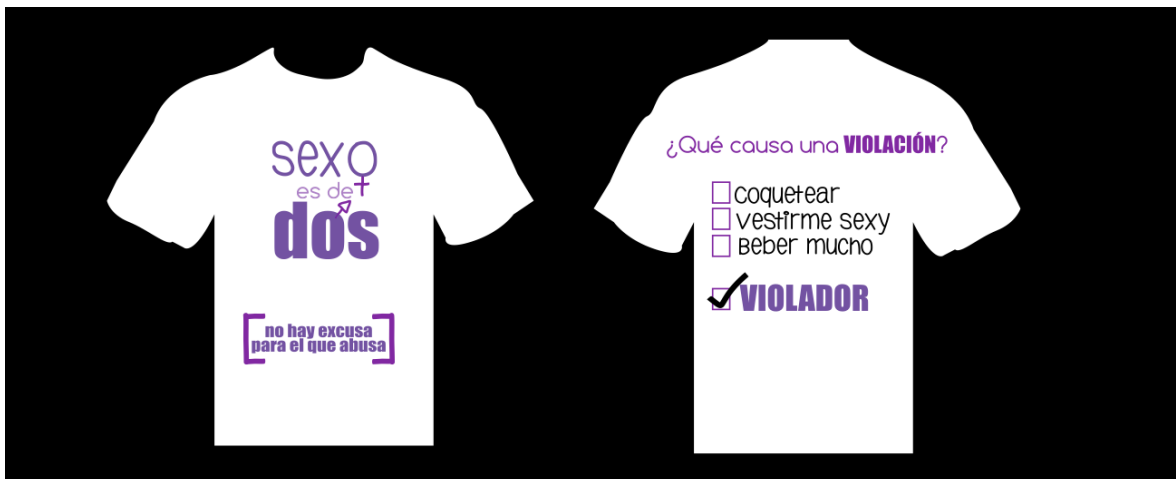
sexo  
es de  
dos

Ponte P•I•L•A•S

Ponte firme en tu decisión • Ingerir alcohol inhibe el juicio • La decisión está en ti  
Asegurate que tu NO sea NO • Sexo es de dos

sexo  
es de  
dos

## Camisetas

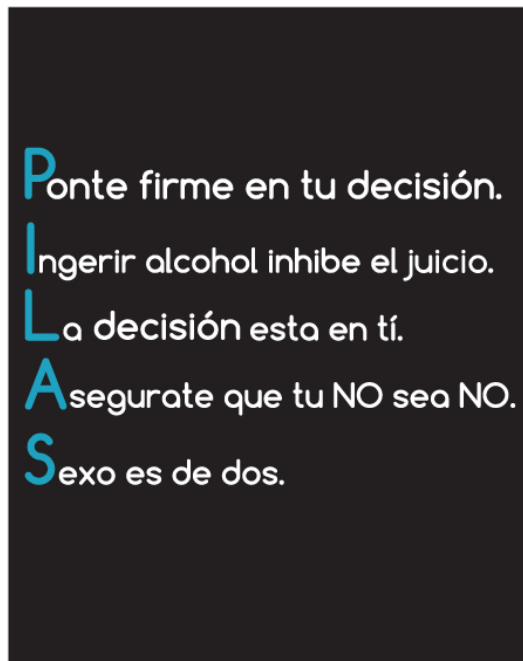


## Producto

El producto realizado como soporte a la campaña comunicacional fueron esmaltes de todos los colores en donde en lugar de la etiqueta se encontraba el logo de la campaña, y en la parte trasera en lugar de la etiqueta, se mostraba un mensaje de “PONTE PILAS” y cada letra tenía un mensaje puntual para mujeres. El costo de la realización del producto fue de \$1,20 por unidad y la cantidad realizada fue de 57 esmaltes de colores. El precio de venta al público fue de \$3,50, por lo que se obtuvo una ganancia neta de \$200.



## Mensajes en esmaltes



## Vocero de la Campaña

A fin de llegar a todos los estratos sociales, se eligió como vocero a una persona joven reconocida a nivel país, el elegido fue Daniel Páez, cantautor ecuatoriano, referente y líder de opinión para la clase media- media baja a fin de que el mensaje llegue a todas las clases sociales y que la campaña sea aceptada favorablemente.



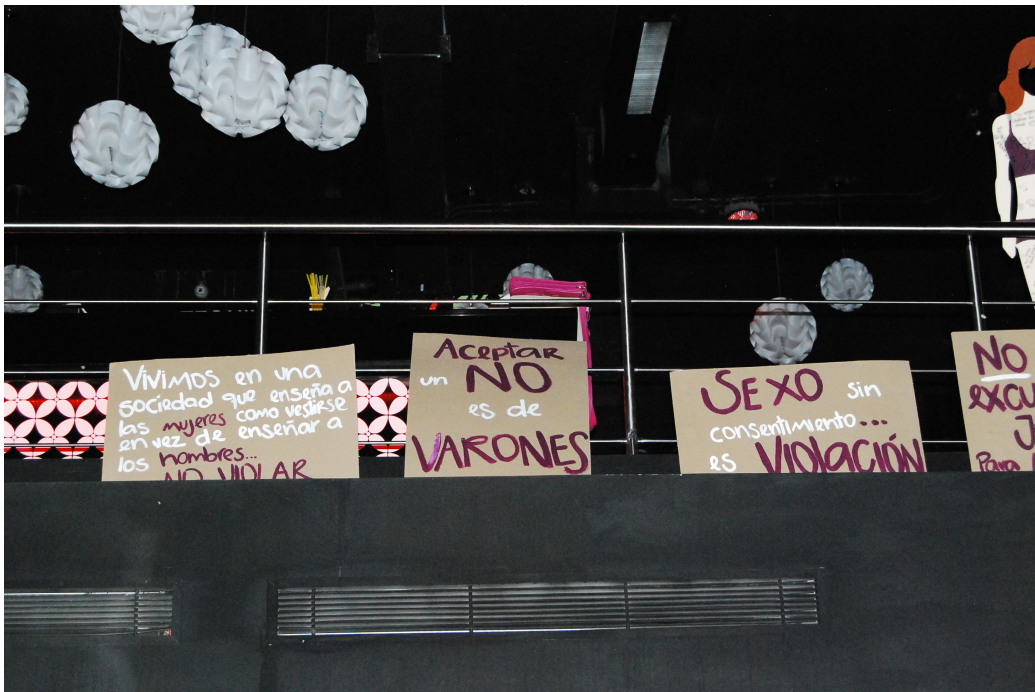
## ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

### Evento “Fiesta de Modas” by El Sexo Es de Dos

Como parte del evento realizado dentro de la campaña, éste buscó llegar a la base del problema y al lugar donde usualmente ocurren estas violaciones en cita, las discotecas. Por lo que se realizó un desfile de modas muy diferente a los comunes, para que se rompan todos los estereotipos creados sobre la mujer. De esta forma, el objetivo fue llegar con uno de los mensajes más representativos de nuestra campaña que es “no enseñes a las mujeres como vestirse, enseña al hombre a no violar” y dar a conocer nuestra temática “violación en una cita”. El desfile consistió en que que mujeres estudiantes fueron las modelos y llevaron colgados mensajes específicos de la realidad que se vive en el Ecuador, los estereotipos sobre la mujer y el hombre, y los mensajes claves de la campaña.









**BTL**

El BTL consistió en la elaboración de dummies en forma de siluetas de mujer hechas en cartón de tamaño real que se asemejen a “cucas” ubicadas en diferentes sentidos en la colocación de unos dummies. Con lo cual, podremos aterrizar nuestra temática de la violación y que no el cómo una mujer se viste es una justificación para que ocurra una violación, como comúnmente se piensa en el imaginario ecuatoriano. Las cucas tendrán diferentes capas de ropa, las cuales podrán quitarse y realizarse diferente combinaciones. A través de este BTL se realizará una actividad lúdica, en la cual participen tanto hombres como mujeres, y cada vez que coloquen una prenda de ropa a estas muñecas, el objetivo fue que encuentren mensajes puntuales de la campaña y datos estadísticos de esta temática a nivel país. La idea de este BTL fue transmitir un mensaje de jóvenes para jóvenes, por lo cual dichos btl's se realizaron en algunas universidades de la ciudad de Quito como la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) y la Universidad de las Américas (UDLA).





## ACTIVISMO

Como parte de nuestro activismo queríamos llegar al Ministerio de Educación para que se plantee nuestro tema como parte de la educación en colegios el tema tratado por nuestra campaña. De esta manera acudimos a Carla Terán, consultora de Plural, para que ella dé a conocer nuestra campaña y las proponga en ENIPLA y al ministerio de Educación nuestras ideas con el compromiso de hacer que ésta sea aprobada. En el Anexo 2 se encuentra la carta de compromiso firmada por Carla Terán, presidenta de Plural, para con nuestro proyecto.



## Réplicas en la comunidad

Para lograr que existan réplicas en la comunidad, se entregará la campaña a nuestra organización sin fines de lucro aliada que es Cascos Rosas, ya que ellos realizan capacitaciones a estudiantes de colegios en varias provincias del Ecuador y de esta forma la campaña se extenderá a adolescentes y jóvenes no solamente en Quito sino a nivel provincial. Igualmente, al contar con el apoyo del gobierno provincial de Pichincha, Onomujeres y con la Fundación Coalición, podemos hacer tangible nuestra propuesta y hacer que los fondos destinados a la fundación continúen con el mismo propósito de concientización a nivel nacional.





## OTRAS ACTIVIDADES







Como parte adicional a nuestro activismo acudimos a la Marcha de las Putas con un grupo de personas para transmitir el mensaje y dar a conocer nuestra campaña. Como logro importante, obtuvimos una mención de nuestra campaña una vez acabada la marcha, e igualmente, se leyeron nuestros mensajes a lo largo de la marcha. De esta manera como parte de nuestro activismo, marchamos con un cartel donde estaba ilustrado el cuerpo de una mujer. De esta forma quienes se sumaron a nuestra iniciativa en este día pudieron expresar sus sentimientos y mensajes, colocando pensamientos en dicho cartel.

## **PROMOCIÓN DE LA CAMPAÑA**

### **Facebook**

La campaña tiene su fan page @ElSexoEsDeDos la cual tiene la participación de más de 370 personas a lo largo de un mes de activación de la misma. En el anexo 3 se pueden ver la participación y movimiento que ha tenido la página en su primer mes de funcionamiento. Cabe recalcar que uno de los momentos más importantes de la página fue el video de la misma donde se promocionó la campaña a través de una cuña de radio realizada previamente con el Vocero Daniel Páez y fotografías del trabajo realizado a lo largo del mes de abril y mayo en la cual se realizaron las actividades de la misma.



**sexo es de dos**

**El Sexo Es De Dos**  
A 373 personas les gusta esta página · 42 personas están hablando de esto

Comunidad  
Dejemos de culpabilizar a las víctimas en lugar de al agresor. Detengamos juntos la violación en citas. EL SEXO ES DE DOS!

373 Me gusta

## Twitter



**sexo es de dos**

**El Sexo Es De Dos**  
@ElSexoEsDeDos

35 TWEETS · 17 FOTOS/VIDEOS · 536 SIGUIENDO · 85 SEGUIDORES

**Tweets** Tweets y respuestas

**El Sexo Es De Dos** @ElSexoEsDeDos · 7 de may.  
Les invitamos al lanzamiento de nuestra campaña #ElSexoEsDeDos el jueves 15 de mayo en el Opera! Será inolvidable!

Sigue a El Sexo Es De Dos

Nombre completo

Correo electrónico

La campaña logro obtener 85 seguidores durante el mes de más movimiento. Esta herramienta fue utilizada para difundir el mensaje a través de líderes de opinión y figuras públicas tales como María Paula Romo, Norman Wray, y Daniel

Páez. También fue mencionado el evento y promocionado por las redes sociales de la USFQ y Che Emilio como se observa a continuación.



**Che Emilio Grill** @ChEmilioGrill · 15 de may.

¿Vas al desfile de @EISexoEsDeDos en @OperaUio?  
¡Aprovecha el 3x2 en cócteles y micheladas en @ChEmilioGrill!  
[pic.twitter.com/2Ca104VTjI](https://pic.twitter.com/2Ca104VTjI)



**USFQ Ecuador** @USFQ\_Ecuador · 15 de may.

@justopolitico @EISexoEsDeDos hola Dennis, @OperaUio queda en @PSFCumbaya. Las entradas ya están agotadas. Saludos.

Ver conversación

Responder



Retwittear



Favorito

Más



**J RondandoTuEsquina** @ClubDANIELPAEZ · 4 de may.

RT @EISexoEsDeDos: Nuestra cuña de radio junto a nuestro vocero @DANIELPAEZMusic 'SEXO ES DE DOS RADIO' [soundcloud.com/cinthyalopez-...](https://soundcloud.com/cinthyalopez-...)

Ver contenido multimedia

Responder



Retwittear



Favorito

Más



**USFQ Ecuador** @USFQ\_Ecuador · 15 de may.

Hoy, 22h00: @COCOAUSFQ invita a "Fiesta de Modas" by @EISexoEsDeDos, desfile de benéfico en @OperaUIO - @PSFCumbaya  
[pic.twitter.com/ZonHvAXugA](https://pic.twitter.com/ZonHvAXugA)



Abrir

Responder



Retwittear



Favorito

Más



(Fuente: Twitter, @ElSexoEsDeDos)

### **Medios Tradicionales (Televisión, Radio, Prensa Escrita)**

- La campaña tuvo un gran impacto en medios de comunicación. Se obtuvo la cobertura de 10 medios de comunicación a lo largo de toda la campaña entre ellos, estuvieron: Radio Vigia, Radio Marañon, Sonorama, Fm Mundo, Telesucesos, Revista Vistazo, Punto U, USFQ News, Party Rock y Radio Canela.









## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Como conclusión se puede observar que a lo largo de la campaña se busca introducir la temática en todos los espacios, a fin de que se quede en el imaginario de nuestro público objetivo en cada etapa de la campaña a realizarse.
- Es necesario conseguir auspicios a fin de realizar el desfile de modas ya que esto requiere algunos gastos adicionales que pueden incrementar su costo en caso de no hacerlo.
- Todas las activaciones, activismo, BTL's intentan llegar tanto a hombres



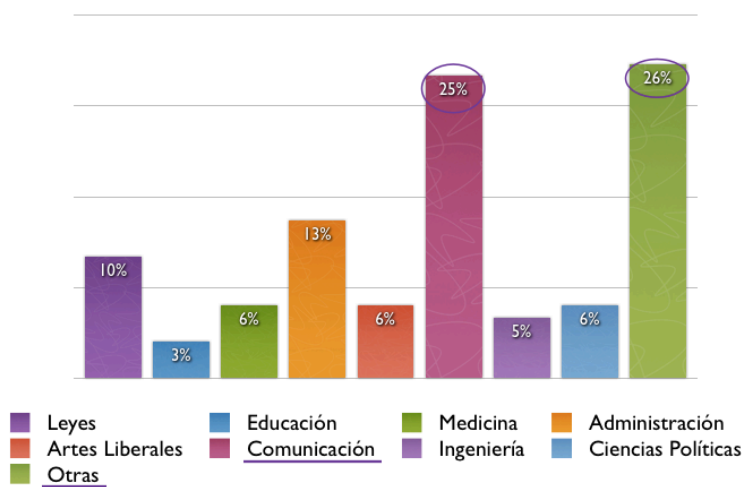
como mujeres a fin de que exista un inclusión de ambas partes. No queremos con nuestra campaña irnos en contra de los hombres, sino al contrario, luchar todos por una misma causa a fin de erradicar la violación y la violencia hacia la mujer.

- Todos los fondos recaudados serán destinados a la Fundación Cascos Rosas a fin de que puedan realizar las réplicas necesarias de la campaña a nivel país y que de esta manera la campaña pueda seguir vigente después de haberla implementado en Quito.
- Se superaron todos los objetivos propuesto al inicio de la elaboración de la campaña. Entre ellos:
  - Se recaudaron \$1, 625 a través del evento y \$200 obtenidos con la venta de nuestro producto. Del total recaudado, se donó a la fundación la suma de \$1,200, y la diferencia cubrió los gastos adicionales de toda la ejecución de la campaña.
  - Se lograron la cobertura de 10 medios de comunicación, es decir, se superaron las expectativas dentro de este objetivo.

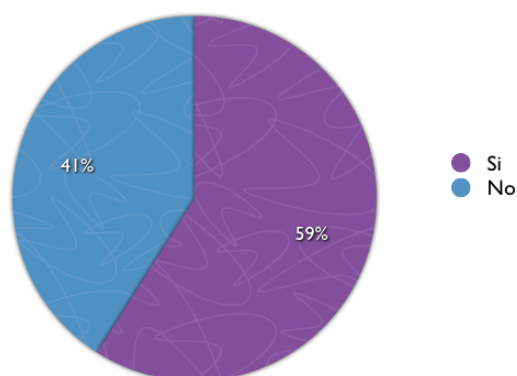
## ANEXO 1: RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADA A LAS ESTUDIANTES DE DIVERSAS UNIVERSIDADES DE QUITO SOBRE LAS VIOLACIONES EN CITAS

La encuesta fue realizada vía internet, el número total de encuestadas fue 110 todas mujeres con un promedio de edad de 22 años.

### 1. ¿Qué carrera universitaria estás siguiendo?



### 2. ¿Actualmente tienes pareja?

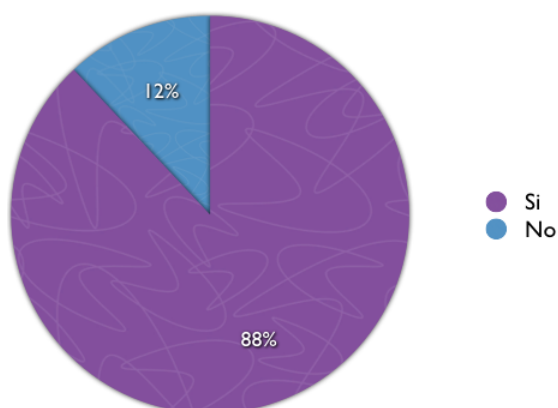


## II Relaciones de Pareja

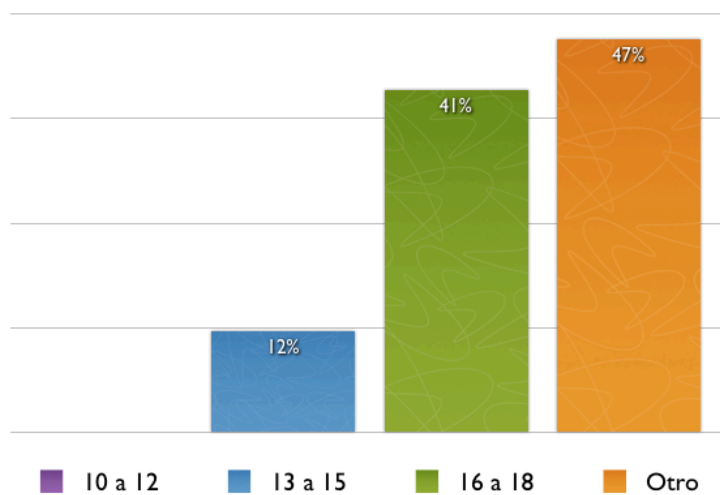
Esta sección busca explorar las relaciones de noviazgo y definir una cita como una actividad romántica / social planificada con otra persona. Ejemplos de estas actividades pueden incluir pero no limitar a: comer, ir al cine, salir a pasear, ir a la playa o reunirse en casa de un amigo. Podría ser una actividad para conocer a alguien mejor sin embargo podría significar salir con alguien que la persona ya conoce y están “saliendo”.

Dentro de una cita puede existir un interés romántico / sexual por uno o ambos de la pareja.

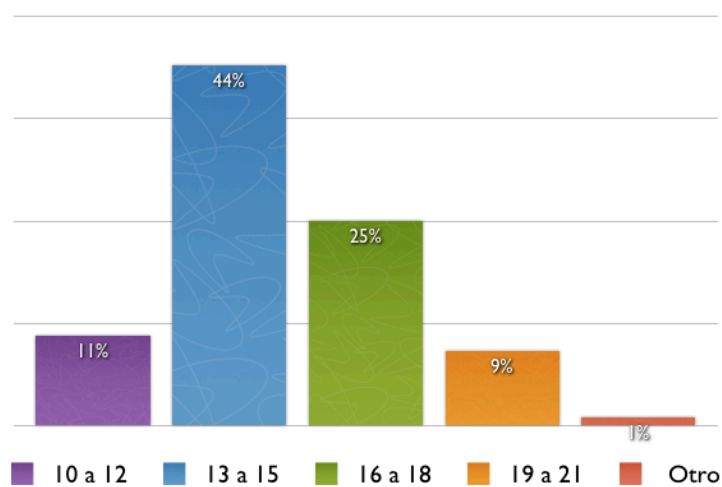
### 3. ¿Has tenido alguna relación romántica y/o sexual?



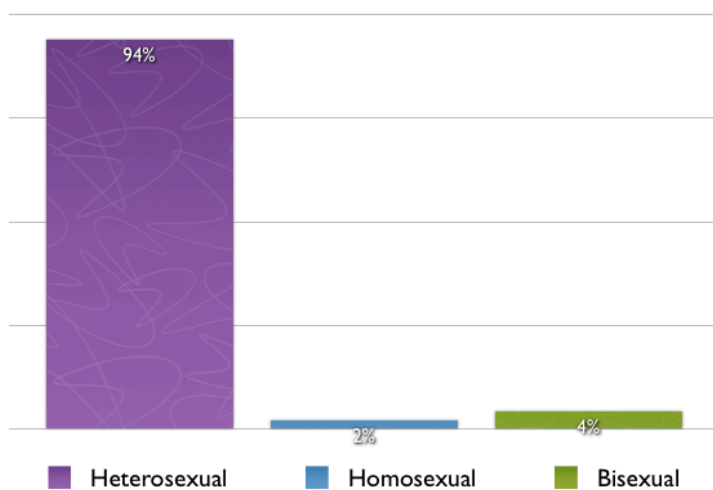
#### 4. ¿A que edad tuviste tu primer novio?



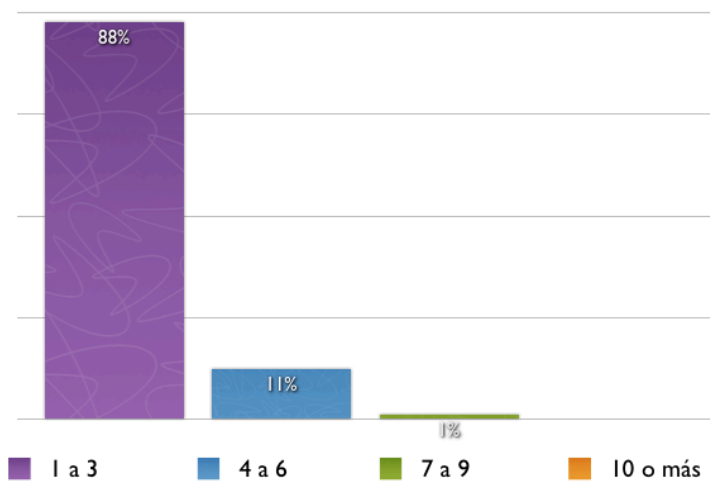
#### 5. ¿A que edad tuviste tu primera relación sexual?



## 6. ¿Cuál es tu orientación sexual?

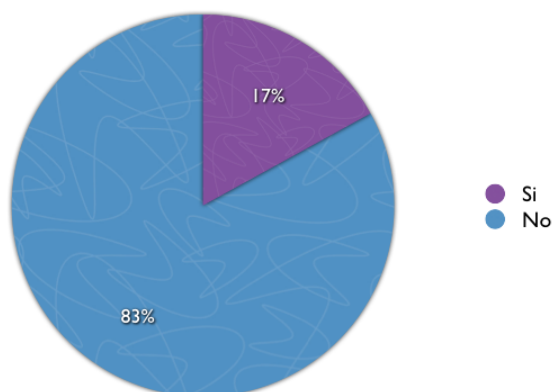


## 7. ¿En los últimos 12 meses con cuántas personas has salido?

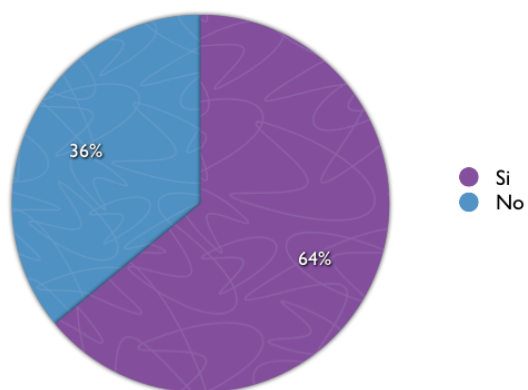


## 8. Te ha sucedido alguna de estas afirmaciones con tu cita/salida:

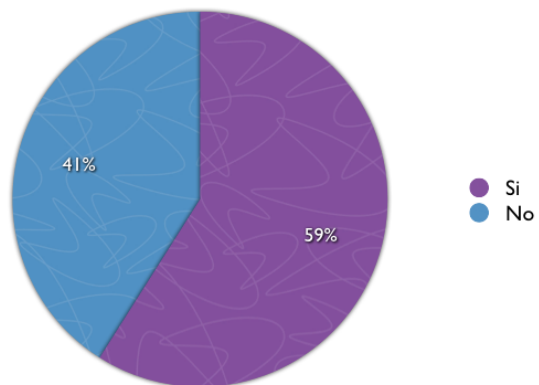
Mi cita y yo fuimos a la casa de un amigo para poder estar solos.



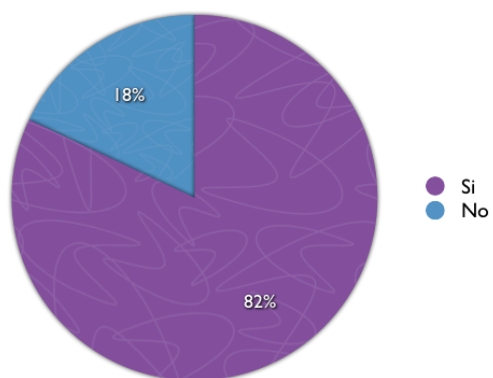
Fuimos a mi casa o la de mi cita para poder estar solos.



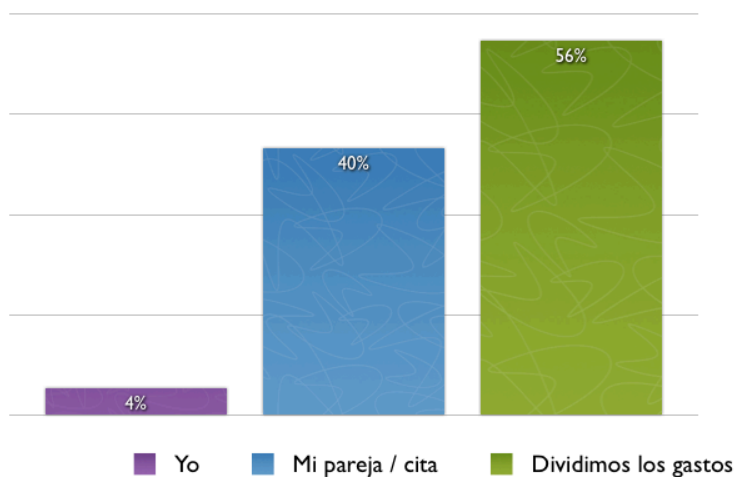
Fuimos a mi casa o la de mi cita en grupo.



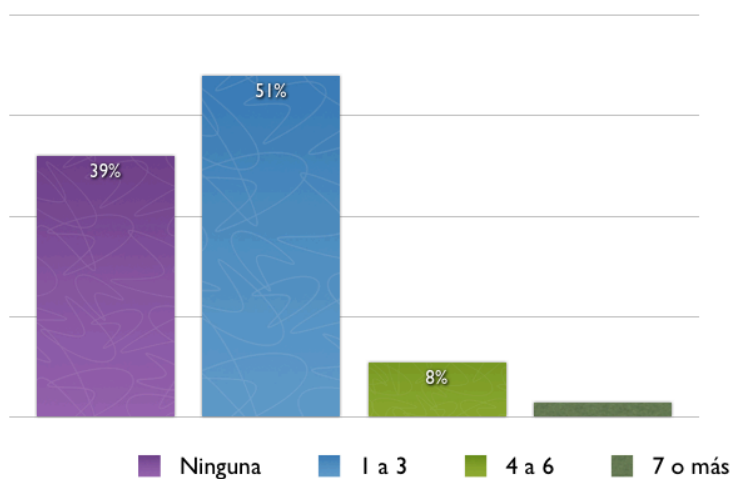
Fuimos a una discoteca/bar.



9. ¿Quién paga usualmente los gastos de la cita?



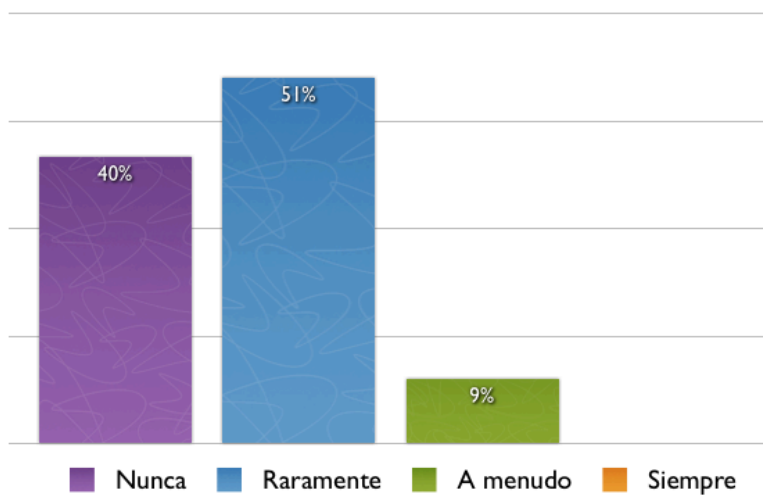
### 10. ¿Cuántas bebidas alcohólicas ingieres durante una cita?



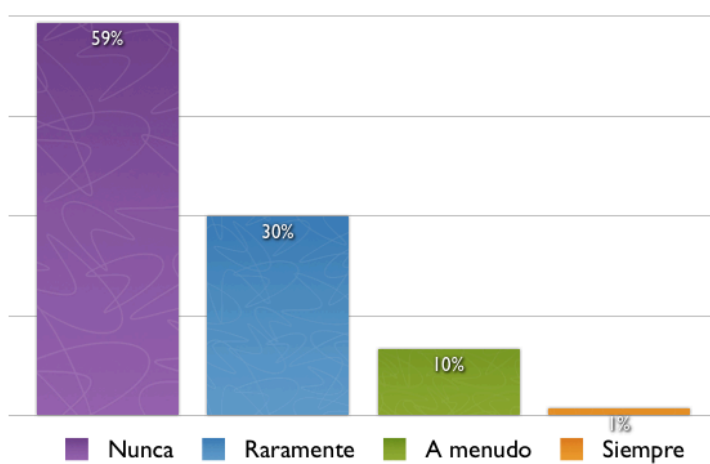
### 11. ¿ Con qué frecuencia te has encontrado en las siguientes situaciones con tu pareja?

Te ignora / No te presta atención

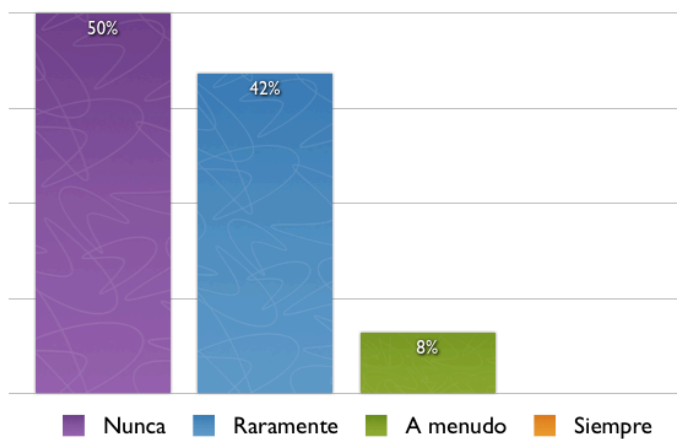




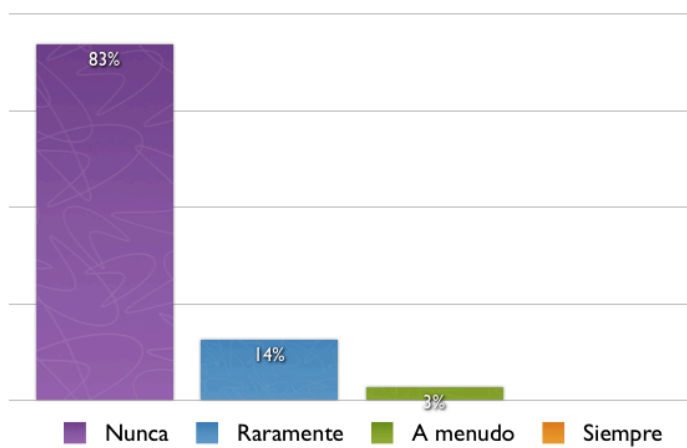
Ignora tus sentimientos



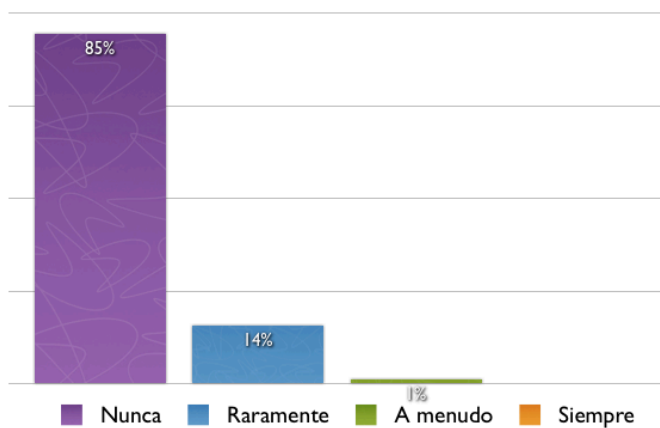
Critica a ti o a tus ideas



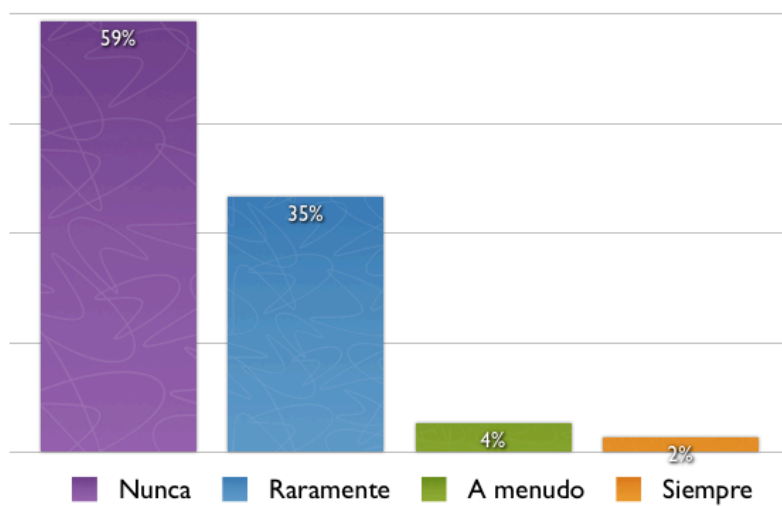
### Te insulta



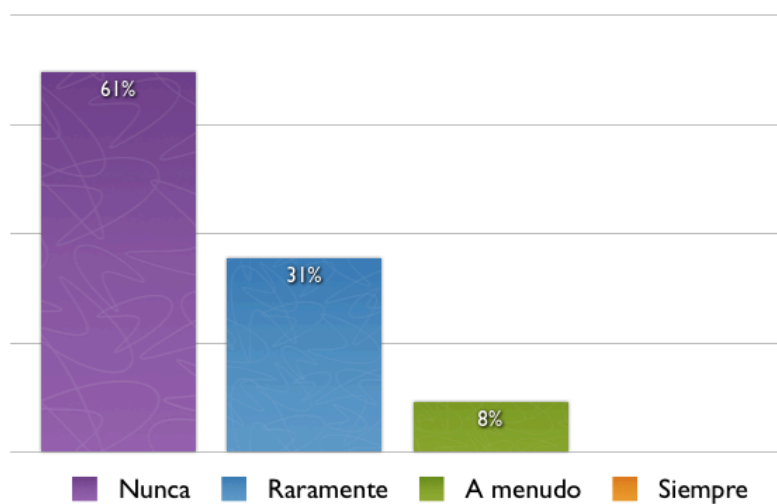
### Te humilla en público



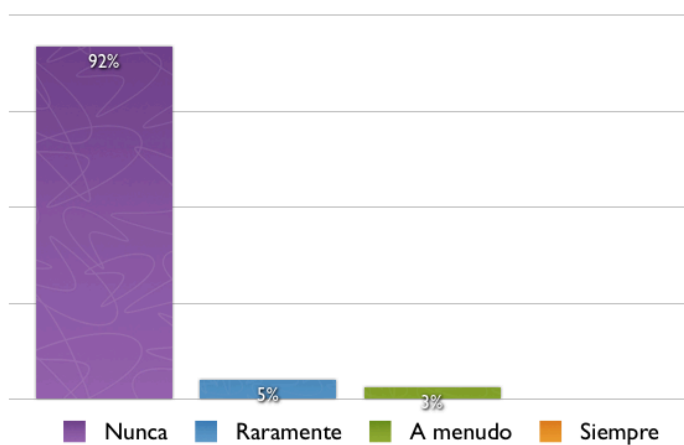
Actúa extremadamente celoso



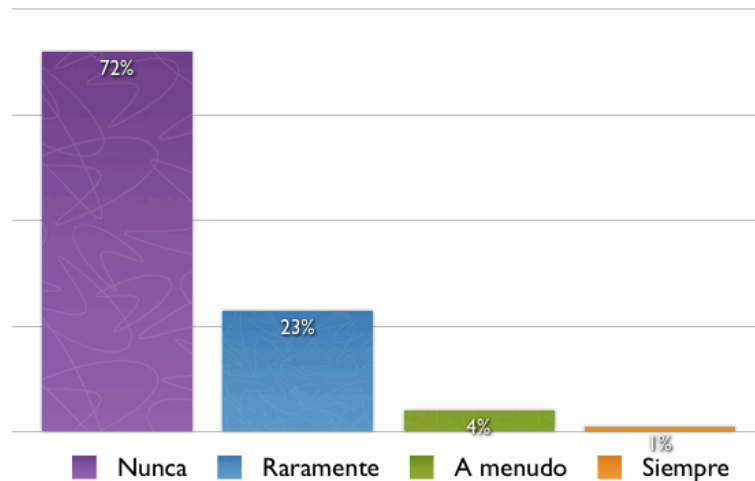
Toma decisiones por ti



Te agrede físicamente



Te grita

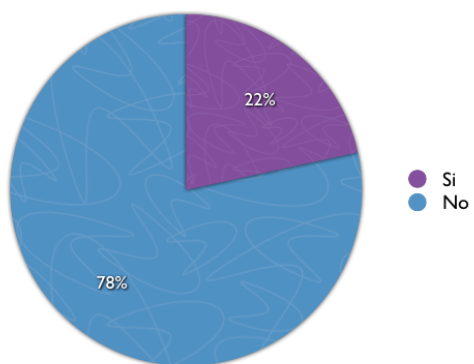


### **III Experiencias sexuales no deseadas con tu cita**

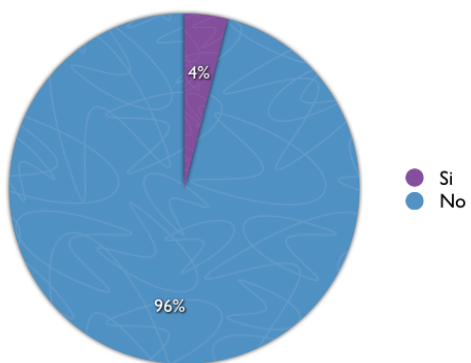
Una experiencia sexual no deseada ocurre cuando una persona en la cita deja en claro ya sea verbal o no verbalmente que ella no quiere participar de la actividad sexual, pero está obligada a hacerlo de todos modos. Se considera una experiencia sexual no deseada temas desde; hacer que una mujer bese a su cita hasta obligarla a mantener relaciones sexuales.

#### **12. Has cedido al acto sexual cuando no has querido por alguna de las siguientes razones.**

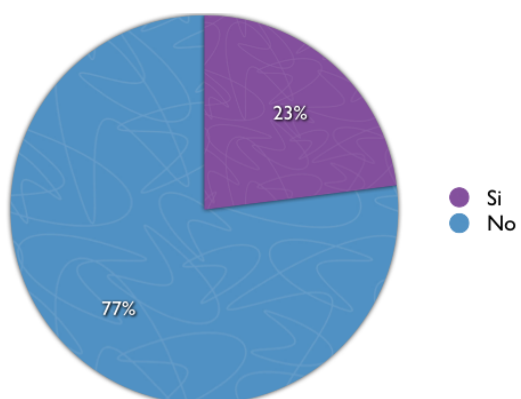
Te sentías presionada por tu cita



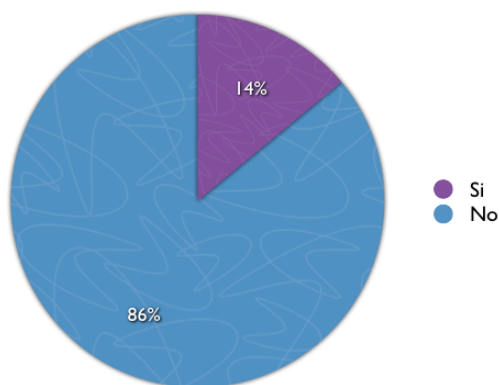
Tu cita te amenazó o uso algún grado de fuerza física



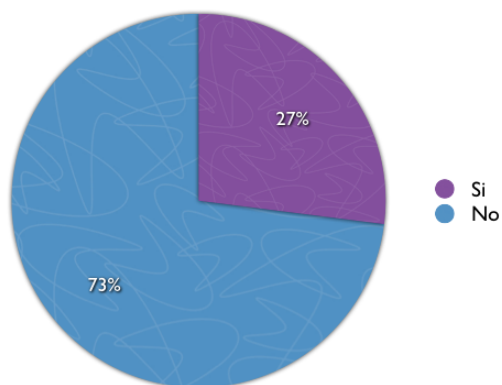
Te pasó esto bajo el efecto del alcohol o drogas



Tenias miedo de perder a tu pareja por decir que no

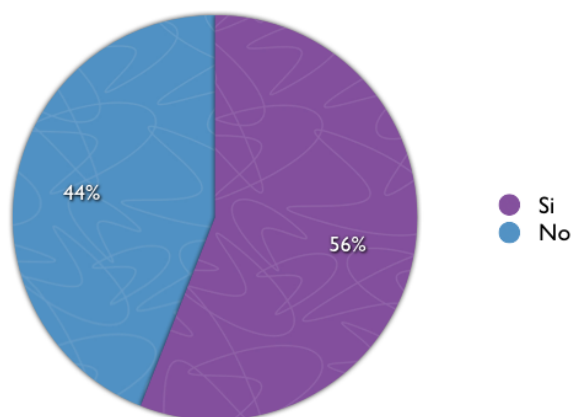


**13. Has tenido alguna experiencia sexual no deseada.**

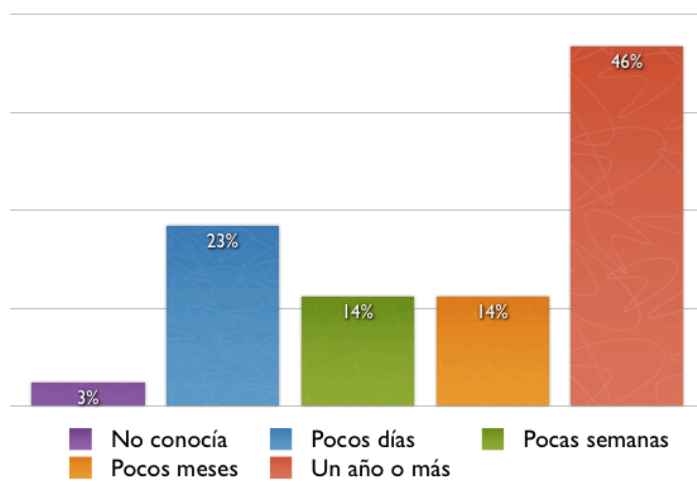


Los datos a continuación son tomados del 27 por ciento de encuestadas que afirmaron haber tenido una experiencia sexual no deseada.

**14. Has contado a alguien acerca de esta experiencia no deseada.**

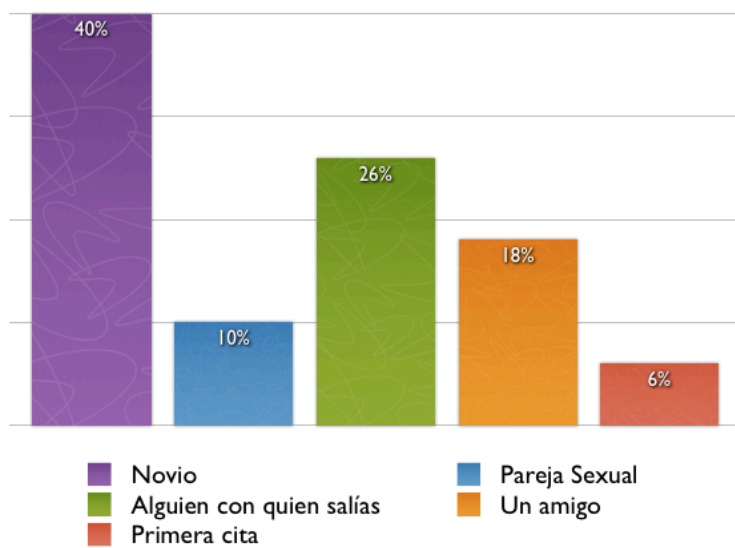


**15. ¿Cuanto tiempo conocías a esta cita?**

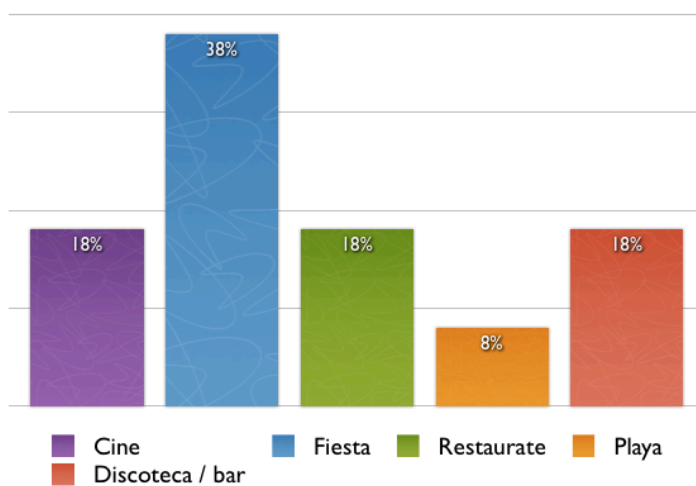


**16. ¿Cómo describirías tu relación con esta persona?**

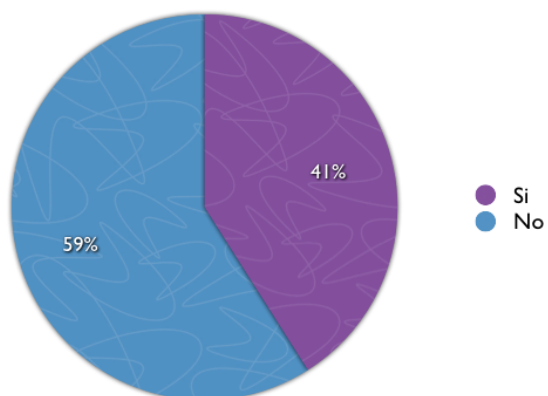




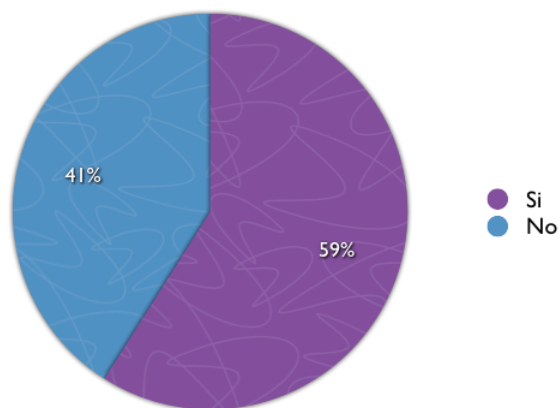
### 17. ¿Dónde fue tu cita?



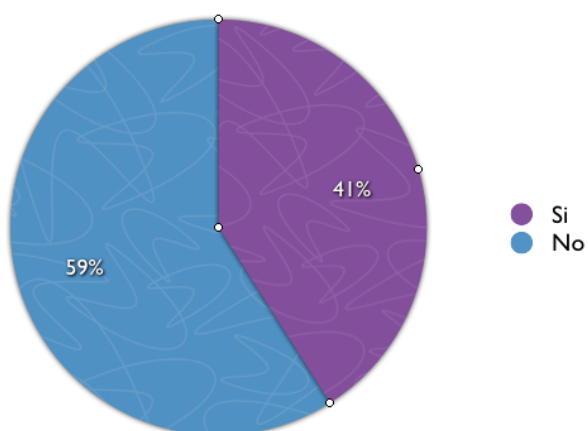
### 18. ¿Has escuchado hablar de “date rape” (Violación en una cita)?



**19. ¿Crees que una mujer, a través de la forma en la que se viste, baila y actúa, se expone a que algo malo le pase?**



**20. ¿Crees que una mujer, a través de la forma en la que se viste, baila y actúa, se expone a que algo malo le pase?**



## **ANEXO 2: AYUDA MEMORIA REUNIÓN**

Quito, 14 de mayo del 2014

### Ayuda Memoria

La Ayuda Memoria descrita a continuación tiene como objetivo de crear un vínculo con la campaña “El Sexo Es De Dos” a fin de mejorar temas referentes a la sexualidad y violencia de género dentro del ámbito educativo

Plural es una consultora encargada de crear rutas y protocolos para la atención a casos de violencia de género y violencia sexual dentro del sistema educativo ecuatoriano conjuntamente con el Ministerio de Educación que es responsable de la coordinación de desarrollo social y la Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar y Prevención del Embarazo en Adolescentes (ENIPLA).

Después de la reunión mantenida el día Lunes 12 de Mayo, Plural Consultores se compromete a tomar las ideas y planteamientos de la campaña “El

Sexo Es De Dos” impulsada por Cynthia López y María José Bueno, para aplicarlos y adaptarlos dentro del nivel educativo nacional. en el Ecuador.

Atentamente,

---

Carla Terán

Presidenta de plural

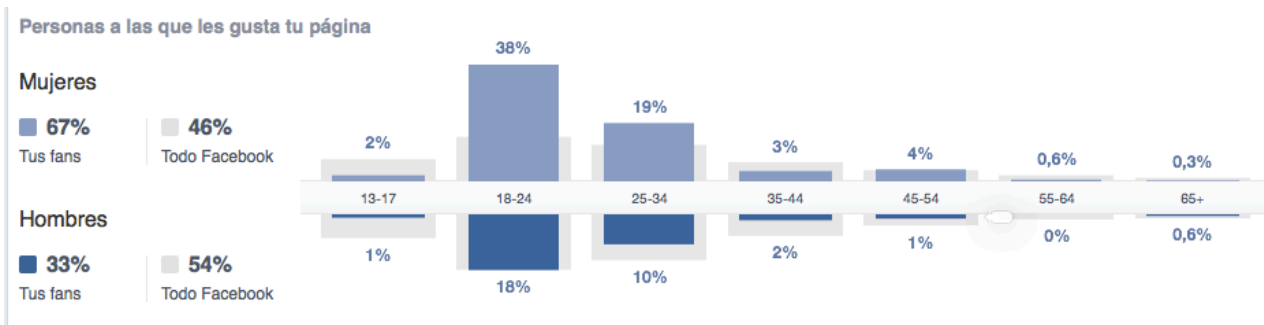
## ANEXO 3: ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK

Los siguientes gráficos fueron sacados de Facebook, de la fan page de “El Sexo es de Dos”:

- La fan page de “El Sexo es de Dos, obtuvo desde su apertura el 20 de abril hasta el día de hoy, 19 de mayo, 373 “me gusta”.



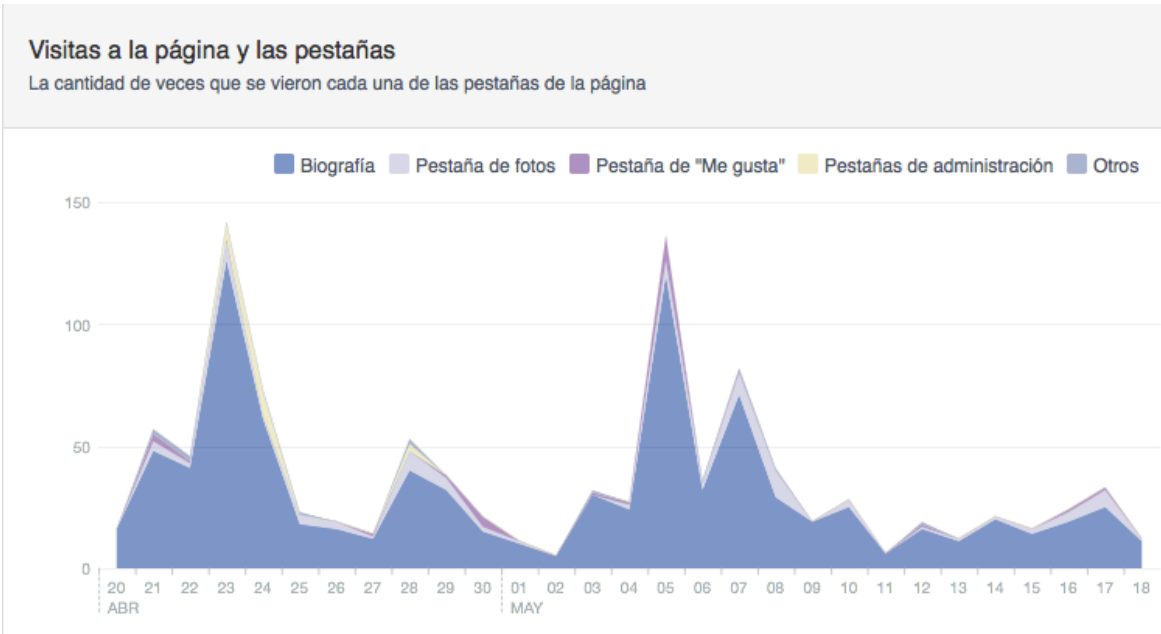
- Dentro del análisis de las personas que más llamó la atención la campaña se puede observar que fueron mujeres (67%) y hombres (33%), de 18 a 24 años en su mayoría, con lo cual se demuestra que llegamos a nuestro público objetivo determinado al principio de la elaboración del proyecto. Igualmente, es importante ver la participación de los hombres, que es un gran avance considerando los estereotipos que existen alrededor de esta temática.



- El impacto considerando las ciudades se puede observar que en su mayoría fue en Ecuador, en la provincia de Pichincha. Sin embargo, existieron otras provincias donde tuvo acogida la campaña tales como Cotopaxi. Igualmente, tuvimos cierta acogida internacional en Estados Unidos, y Canadá.

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Ecuador	288	Quito, Pichincha, Ecuador	264	Español	205
Estados Unidos de América	33	Cumbayá, Pichincha, Ecu...	7	Inglés (Estados Unidos)	97
Canadá	8	Latacunga, Cotopaxi, Ecu...	6	Español (España)	42
España	6	Toronto, ON, Canada	4	Inglés (Reino Unido)	5
Francia	4	Ambato, Tungurahua, Ecu...	4	Francés (Francia)	4
Alemania	4	Perth, WA, Australia	3	Italiano	4
Australia	3	St. Louis, MO	3	Alemán	2
México	3	Hebron, KY	2	Portugués (Portugal)	1
Israel	2	Mexico City, Distrito Feder...	2		
Panamá	1	Washington, DC	2		

- Las visitas a la página en su mayoría fue para conocer la “biografía” de la misma. Es decir, la información principal de la campaña y las fotos subidas a lo largo del mes de funcionamiento de la página.



- Entre las publicaciones más comentadas y vistas dentro de la página, se puede observar que con un alcance de 1,6 k y 1,1 k, los videos de Nadie pide ser abusad@, y el video de la Campaña “El Sexo es de Dos”, fueron los más comentados y vistos en la página. Lo cual demuestra que el video de la campaña fue viralizado en Facebook en menos de 24 horas. Como se puede ver, el video tiene 1105 vistas, lo cual demuestra su viralización.

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
04/05/2014 18:42	Nadie pide ser abusad@. El Sexo Es De Dos. Gracias a uno de nuestros			1,6K	91 26	<a href="#">Promover publicación</a>
16/05/2014 3:01	Chicos les comparto el video de nuestra campaña			1,1K	501 35	<a href="#">Promover publicación</a>



## El Sexo Es De Dos

Publicada por Majo Bueno [?] · 16 de mayo 🌐

Chicos les comparto el video de nuestra campaña



Ya no me gusta · Comentar · Compartir



A El Sexo Es De Dos, Daniela Nájera, VaNe Flores, Natasha Nájera y 7 personas más les gusta esto.



Escribe un comentario...



1105 personas vieron esta publicación

Promover publicación ▾



## ANEXO 4: AUSPICIANTES

Como auspiciantes, tuvimos la participación de Stampa Spa, Gobe Usfq, Marisa Miranda, Bijoux y Opera para la realización del evento “Fiesta de Modas” by el “Sexo es de Dos”.



## ANEXO 5: BOLETÍN DE PRENSA



Universidad San Francisco de Quito

Contacto: Cynthia López

Email: [cynthia.lopez1991@gmail.com](mailto:cynthia.lopez1991@gmail.com)

Teléfono: 0995367680

Universidad San Francisco de Quito

Twitter: @ElSexoEsDeDos

Facebook: El Sexo Es De Dos

Quito, viernes 15 de mayo 2014

USO INMEDIATO

**El Sexo Es De Dos**

**No hay excusa para el que abusa. Si una de las dos partes en una**

**relación sexual no quiere tenerla, es una violación. No enseñemos a la víctima a prevenir las violaciones, enseñemos al agresor a no cometerlas.**

“El Sexo es de Dos” es un proyecto de tesis realizado por estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito que nace después de constatar el poco conocimiento y la gran incidencia de las violaciones en citas entre los jóvenes ecuatorianos en la ciudad de Quito. La iniciativa promueve la concientización de la temática “violación en una cita” y busca la inclusión de hombres y mujeres en la lucha contra los agresores. Es muy importante conocer sobre este tema ya que estadísticas confirman que seis de cada diez mujeres han recibido violencia, y se sabe que el ochenta por ciento ya conocía a su agresor. Para esto se realizarán varios eventos como un desfile de modas y distintas activaciones en varias universidades de la capital. Este evento contará con el apoyo de su vocero oficial Daniel Páez y con el apoyo de María Teresa Guerrero, quienes están comprometidos con esta campaña. De esta forma, se busca llegar con uno de los mensajes más representativos de esta iniciativa que es “no hay excusa para el que abusa” y apoyar a la fundación Cascos Rosas, que es una organización sin fines de lucro que lucha contra la violencia de género y el machismo. Todos los fondos recaudados en los distintos eventos y activaciones de la campaña serán destinados a esta fundación. Algunos datos importantes encontrados en una investigación realizada a 200 mujeres de distintas universidades de Quito:

- El 88% de las encuestadas han tenido una relación romántica o sexual

- El 64% de las encuestadas ha buscado estar a solas con su cita
- El 82% ha salido en su cita a una discoteca o bar
- El 56% divide los gastos, y en el 40% de los casos es el hombre quien paga (esta cifra es relevante, ya que estudios muestran que las violaciones en una cita” se dan usualmente cuando el hombre piensa que la mujer le debe algo al ser él quien paga los gastos).
- El 27% de las encuestadas ha tenido una experiencia sexual no deseada
- El 46% de las víctimas conocían un año o más al agresor.
- El 40% describiría a la relación como noviazgo.
- El 59% no ha escuchado hablar del término “violación en una cita”.
- El 59% cree que una mujer, a través de la forma de vestirse, bailar o actuar, se expone a que algo malo le pase”
- El 59% considera que la mujer no debe exponerse para que nada malo le pase.

**Facebook:**

La iniciativa El Sexo Es De Dos comunica por medio de la red social virtual Facebook las actividades y dinámicas que realiza, así como los mensajes principales y la idea de cambio de comportamiento y concientización respecto a la vida sexual responsable de la mujer y el hombre y al poder de decisión.

Link: <https://www.facebook.com/pages/El-Sexo-Es-De-Dos/543302615790009?fref=ts>

**Twitter:**

La iniciativa El Sexo Es De Dos comunica por medio de la red social virtual Twitter las actividades y dinámicas que realiza, así como los mensajes principales y la idea de cambio de comportamiento y concientización de las relaciones sexuales y la prevención de violaciones en citas.

Nombre: @ElSexoEsDeDos

**ANEXO 6, CD CAMPAÑA EL SEXO ES DE DOS:**

Véase cd adjunto que contiene:

- Cuña de radio con el vocero de la campaña
- Video promocional de la Campaña El Sexo Es de Dos

## BIBLIOGRAFÍA:

Almeida, A. (2014). Entrevista Personal Activista y organizadora Marcha de las Putas.

Australian Government. Australian Institute of Family Studies, Australian Centre for the Study of Sexual Assault.

Canadian Federation of Students. No means No campaing. Recuperado el 24 de febrero 2014, de <http://cfs-fcee.ca/take-action/no-means-no/resources/>

Cassar, F. Date Rape Cases Among Young Women. Recuperado el 25 de febrero 2014, de [http://www.medinstgenderstudies.org/wp-content/uploads/national-findings-report\\_malta1.pdf](http://www.medinstgenderstudies.org/wp-content/uploads/national-findings-report_malta1.pdf).

Castañeda, M. (2007). "El machismo invisible regresa". Editorial Taurus Ediciones, México.

Don't be that Guy. Recuperado el 24 febrero 2014, de <http://www.buzzfeed.com/copyranter/finally-rape-ads-that-put-the-onus-on-the-raper>.

E. G. Krug, et al., eds., 2002, Informe mundial sobre la violencia y la salud, Ginebra, Organización Mundial de la Salud. Citado en el Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2005, Estado de la población mundial 2005, p. 66, Nueva York.

Gamma Ecuador. Fundación Contra la violencia de género en Azuay. Recuperado el 23 de marzo 2014, de uj Feministas, Granada.

Kaufman, M. Los hombres y el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. Recuperado el 25 de febrero 2014, de [http://www.berdingune.euskadi.net/u89-congizon/es/contenidos/informacion/material/es\\_gizonduz/adjuntos/loshombres,elfeminismoylasexperienciascontradictoriasdelpoderentreloshombres.pdf](http://www.berdingune.euskadi.net/u89-congizon/es/contenidos/informacion/material/es_gizonduz/adjuntos/loshombres,elfeminismoylasexperienciascontradictoriasdelpoderentreloshombres.pdf).

Kresh, M. (2012). Israeli Anti-Rape Date Straw Lets Women Take Back The Night. Recuperado el 25 de febrero 2014, de [www.greenprophet.com/2012/08/israeli-anti-rape-date-straw-lets-women-take-back-the-night/#sthash.QHpOv9pS.dpuf](http://www.greenprophet.com/2012/08/israeli-anti-rape-date-straw-lets-women-take-back-the-night/#sthash.QHpOv9pS.dpuf).

Make your move. Recuperado el 24 febrero 2014, de <http://www.takepart.com/article/2013/07/10/missoula-ad-campaign-shames-rape>.

Marcha de las Putas. "Manifiesto de la Marcha". Recuperado el 24 de marzo 2014, de [http://aldhea.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52:manifiesto-marcha-de-las-putas-ecuador-2012&catid=27:coyuntura&Itemid=49](http://aldhea.org/index.php?option=com_content&view=article&id=52:manifiesto-marcha-de-las-putas-ecuador-2012&catid=27:coyuntura&Itemid=49)

Méndez, A. El género como arma, el sexo como poder y un espejismo literario. Recuperado el 25 de febrero 2014, de [http://eprints.ucm.es/13900/1/Introd.\\_proyeto2,\\_corregido.pdf](http://eprints.ucm.es/13900/1/Introd._proyeto2,_corregido.pdf).

Organización Mundial de la Salud (2012), [Global and Regional Estimates of Violence against Women](#), p2. Para información individual a nivel de país, ver la recopilación completa de datos disponible en ONU Mujeres, [Violence against Women Prevalence Data: Surveys by Country](#).

Perspectiva de género en el Telecentro. Roles de género y estereotipos. Recuperado el 25 de febrero 2014, de <http://perspectivagenerotelecentro.wordpress.com/manual-trabajo-con-grupos-mixtos-en-el-tc/roles-de-genero-y-estereotipos/>.



Pérez, M. "El falso antagonismo entre el machismo y el feminismo". Recuperado el 25 de febrero 2014, de <http://www.iberopuebla.edu.mx/tmp/cviolencia/genero/consulta/feminismomachismo.pdf>.

Publicidad de la Secom causa polémica. Radio Colosal, escrito por El Comercio el 18 de marzo de 2013, y actualizado el 24 de marzo de 2013. Recuperado el 24 de marzo 2014, de <http://www.radiocolosal.com/sitio/index.php?view=article&catid=39:nacionales&id=10953:publicidad-de-la-secom-causa-polemica&format=pdf>.

Rubin, G. (1986). "El tráfico de las mujeres: notas sobre la economía política del sexo".

Seberio, M. (2007). Diario El País. "Solo 23 países saben cuantas mujeres mueren a la año por violencia machista". Recuperado el 25 de febrero 2014, de [http://elpais.com/diario/2007/06/02/sociedad/1180735203\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/06/02/sociedad/1180735203_850215.html)

Valencia, D. (2014). Entrevista telefónica, fundador del movimiento Cascos Rosas.

Valdivieso, C. (2014). Entrevista personal. "Experta en temas de género por más de 16 años".