



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:
PROPUESTA DE LA CAMPAÑA EN CONTRA DEL FEMICIDIO: MUJER TU PEOR
ENEMIGO EL SILENCIO EN LA CIUDAD DE MACHALA

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA:
0705400380 - CRUZ BARRERA LISSETTE FERNANDA

MACHALA - EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, CRUZ BARRERA LISSETTE FERNANDA, con C.I. 0705400380, estudiante de la carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MÁCHALA, responsable del siguiente trabajo de titulación:

PROPUESTA DE LA CAMPAÑA EN CONTRA DEL FEMICIDIO: MUJER TU PEOR ENEMIGO EL SILENCIO EN LA CIUDAD DE MÁCHALA - PROVINCIA DE EL ORO

Certifico que los resultados y conclusiones del presente trabajo pertenecen exclusivamente a mi autoría, por lo cual cedo este derecho a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MÁCHALA y la deslindo de cualquier delito de plagio, para que ella proceda a darle el uso que sea conveniente.

Agradezco vuestra gentil atención.



CRUZ BARRERA LISSETTE FERNANDA
C.I. 0705400380

1. INTRODUCCIÓN.

“El Femicidio es el acto máximo de la violencia de género el cual se lo define como el asesinato de la mujer por el solo hecho de serlo” (Nuñez Moncada, 2012), esta problemática se ha incrementado a nivel mundial, cuya causa principal es la desigualdad de género donde el hombre piensa que es un ser superior y que su pareja es de su propiedad.

El alto índice de violencia de género que se han venido dando durante los últimos años es un tema preocupante en nuestro país, ya que el INEC (2011) ha registrado que el 60.6% de las mujeres en el Ecuador ha vivido algún tipo de violencia, y a diario se visibilizan en los diferentes medios de comunicación sobre esta problemática social.

La investigación se basa en la metodología cualitativa que permite recabar datos, opiniones, sugerencias, cuya técnica utilizada es la de focus group. También se realizó el estudio de documentos como artículos científicos, libros, revistas científicas para la realización del desarrollo de la problemática.

El presente trabajo tiene como objetivo establecer una propuesta de campaña social en la ciudad de Machala contra el femicidio, con la finalidad de informar, concientizar mediante acciones y estrategias preventivas para disminuir los casos de femicidio.

Para la sustentación teórica de esta temática se desarrollan conceptos sobre el Femicidio, las estadísticas en el Ecuador y el cantón Machala, cómo también qué es una campaña social, cómo implementar una campaña, sus estrategias y acciones.

La campaña ha planificado estrategias y acciones que se irán desarrollando en conjunto con el Movimiento de Mujeres de El Oro y la comunidad femenina del cantón Machala, para así lograr cumplir el objetivo.

2. DESARROLLO

2.1 METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Para el desarrollo práctico del presente trabajo se aplica el método cualitativo, utilizando la técnica del focus group, el mismo que permite direccionar el proceso de recolección de datos para la elaboración de la estrategia de un plan de campaña que genere información a la ciudadanía sobre las causas y consecuencias del femicidio.

El Femicidio

El femicidio no es sinónimo de violencia de género o contra las mujeres, sino una consecuencia extrema de ésta. Se trata de un homicidio agravado donde la

víctima es una mujer que sufre este delito por su condición femenina, donde el victimario tiene un vínculo con la víctima (familiar, laboral, barrial) y donde el Estado actúa permisivamente convirtiéndose en un crimen de lesa humanidad. (Carrión, 2009)

Por otro lado Carcedo y Sagot (2000, p.10) indican que el concepto de femicidio ayuda a desarticular los argumentos de que la violencia de género es un asunto personal o privado y muestra su carácter profundamente social y político, resultado de las relaciones estructurales de poder, dominación y privilegio entre los hombres y las mujeres en la sociedad

Así mismo, el femicidio es la acción extrema de la violencia de género que termina en la muerte de una mujer ya sea de parte de su pareja o ex pareja, estas agresiones se da en toda clase sociocultural y económica, esta acción se suele presentar en diferentes modalidades ya sea física, psicológica o sexual (Organización de las Naciones Unidas, 2001), es decir es un atentado contra la vida y los derechos de la mujer, estos asesinatos se dan de manera intencional por parte del autor del hecho.

En el estudio a la problemática se encuentra que en el Ecuador el Código Orgánico Integral Penal que entró en vigencia el 10 de agosto del 2014 establece que “Art. 141.- La persona que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, de muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años.

Por lo tanto, el femicidio es el acto procedido por un hombre hacia una mujer siendo esto la consecuencia de celos, machismo, inequidad de género y violencia dentro o fuera del entorno laboral y familiar, Esta problemática social ha afectado a muchos países volviéndose un problema mundial, donde el gran índice de casos de femicidio ha permitido que los gobiernos mundiales regulen y elaboren leyes que las ampare, proteja y condene a estos actos inhumanos.

EL FEMICIDIO EN ESTADISTICAS

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2011) “El 90% de las mujeres casadas o unidas que han sufrido violencia no se han separado de su pareja”. Es decir que las mujeres a pesar de las agresiones continúan con sus parejas sentimentales y toman las agresiones como un estilo de vida normal por guardar las apariencias ante la sociedad.

Además existen otros datos que no se puede descartar y que brinda el INEC (2011) es que “el 60.6% de las mujeres en el Ecuador ha vivido algún tipo de violencia física, psicológica, sexual, en las zonas urbanas en un 61,4% y en la rural 58,7%; por lo que se ha podido notar que no existe mucha diferencia entre las mujeres campesinas o de la ciudad, al igual son maltratadas por su pareja o ex pareja.

Según las estadísticas que maneja el Movimiento de Mujeres de el Oro se pudo evidenciar que en el cantón Machala en el año 2013 se registraron 1200 denuncias de violencia física y psicología, mientras que en el 2014, 2885 y en lo que va del año 789.

LA CAMPAÑA SOCIAL.

Según Díaz Bordenave (1992, p. 66) es un proceso integrador y concentrado de información y persuasión dirigida deliberadamente a conseguir que un determinado segmento de la población adopte ciertas ideas, productos o comportamientos que los organizadores de la campaña consideran deseables.

En cambio García y Ramírez (2010) en todos los casos, cuando se acomete una campaña o una acción comunicativa, la estrategia es importante pero no es suficiente; es necesario determinar con la mayor precisión posible cuáles son los efectos específicos que con esa campaña o acción se pretende lograr y, en su caso, qué resultados u objetivos operativos se esperan conseguir.

Por otro lado manifiesta Kloter y Roberto (2006) que una campaña de cambio social es un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (el agente de cambio), que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivos) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes y conductas

En si la campaña social es un producto comunicacional donde se trata de persuadir al público objetivo brindándole información y alternativas sobre una problemática, para así concienciar y generar cambios en la sociedad, ya sea en sus actitudes, ideas y conducta. Las campañas sociales es un conjunto de actos las cuales se las realiza teniendo en cuenta varios elementos como el emisor, el público al que se desea llegar ,el mensaje que se desea brindar , las estrategias y acciones que se desarrollaran para lograr los objetivos planteados.

Elementos que conforman la campaña social.

Los elementos que estructuran la campaña social fueron tomados del Trabajo presentado para el Premio Nacional de Investigación del COLPARMEX 2008 en el área de Mercadotecnia, cuyos autores son López Poot Anabell y Martínez González José Vili, los cuales son:

- Justificación
- Objetivos
- Mensaje Rector
- Símbolos
- Campo de acción
- Beneficiarios

- Entidades patrocinadoras
- Etapas de la campaña
- Cronograma de actividades
- Piezas Gráficas
- Presupuesto.

FUNDAMENTACIÓN PARA LA CAMPAÑA CONTRA EL FEMICIDIO

FOCUS GROUP

Para direccionar la campaña contra el femicidio se realizó un focus group y una entrevista al equipo de profesionales del Movimiento de Mujeres de El Oro conformado por Rosa López, Directora, Marisol Contreras, Trabajadora Social y Diana Belduma, Psicóloga.

Locación: Sede Movimiento de Mujeres de El Oro

Público: 10 mujeres de entre 20 a 50 años de edad

Temática:

- La violencia de Género.
- El silencio de las mujeres.
- Campañas realizadas por la defensa de las mujeres.
- Derechos de las mujeres.

Dando como resultado los siguientes datos:

Tabla 1. resultados de focus group y entrevista

TEMATICAS DEL FOCUS GROUP	Resultado condensado
¿Por qué se da la violencia de género?	Entre miradas de dolor y la voz casi llorosa ocho mujeres dijeron que por machismo, el hombre piensa que la mujer solo está para atenderlo como amo y obedecer todas sus órdenes. Siendo otro factor él no ponerle un alto desde la primera agresión.
¿Por qué muchas mujeres callan durante años la violencia por parte de sus parejas?	Las diez mujeres respondieron que el callar y aguantar los maltratos lo hacen por sus hijos, y la esperanza que sus convivientes iban a cambiar su actitud

	violenta.
¿Tiene conocimiento sobre alguna campaña en contra de la violencia de género que se haya realizado en el Cantón Machala?	Las participantes entre miradas de asombro supieron manifestar que han escuchado solo sobre el Movimiento de Mujeres de el Oro que es una fundación que se encarga de brindar ayuda a las mujeres víctima de violencia, mientras que siete de diez mujeres dijeron no recordar que en la ciudad se haya realizado alguna campaña contrala violencia de género.
¿Tiene conocimiento sobre los derechos de la mujer y las leyes que las ampara?	Ocho de diez participantesdijeron conocer que existe comisaria de la mujer donde las afectadas pueden ir a buscar ayuda, y el restante desconoce las leyes constitucionales, pues no la saben a profundidad.
¿Qué tipo de campañas les gustaría que se realicen?	Todas las participantes consultadas coincidieron que se debe de crear una que sea participativa donde todas puedan compartir ideas y así mismo obtener información de una forma dinámica.
¿Qué estrategia debería emplear una campaña para que tenga una buena aceptación en la sociedad?	Cinco de diez respondieron que ahora como la tecnología ha avanzado sería bueno utilizar las diferentes redes sociales que existen ya que un 90% de la ciudadanía posee cuentas en alguna de ellas o en todas. Mientras que las otras cinco dijeron que también sería bueno la difusión por medio de afiches que se los publiquen en lugares con más circulación.
¿Qué actividades le gustaría que realice la campaña?	Aprovechar actividades que sean en familia porque el femicidio es un problema que se desarrolla dentro del hogar como por ejemplo caminatas, ferias, charlas, conferencias, etc.
¿Cuáles son los lugares estratégicos para desarrollar las actividades?	En su totalidad las participantes dijeron que debería ser en lugares donde concurra la ciudadanía como: parques, instituciones educativas, instituciones públicas y sobre todo en horarios y días donde se pueda obtener gran cantidad de público.

Se cumplió con estos datos para proponer la siguiente campaña social:

CAMPAÑA SOCIAL “MUJER, TU PEOR ENEMIGO ¡EL SILENCIO!”

Justificación:

El femicidio es un problema social que comienza atacar a las mujeres machaleñas y muchos de los casos se dan porque guardan silencio ante el maltrato diario o esporádico que reciben de sus conyugues.

El incremento de femicidio en la ciudad de Machala ya se torna preocupante y esto motiva a una de las instituciones representativas de las mujeres de El Oro emprender una campaña de concientización hacia la ciudadanía para que conozca de la problemática, sepa a dónde acudir, y como solucionar.

Con el emprendimiento de esta campaña se busca difundir información correcta sobre el femicidio, cómo se puede alertar a las mujeres cuando existe violencia en su contra, las consecuencias, causas, cómo manejar esta situación psicológicamente y moralmente mediante estrategias, material informativo, vídeos, y testimonios de vida que afiancen una conciencia social.

Nombre oficial de la campaña

“Mujer, tu peor enemigo ¡El silencio!”.

El nombre de la campaña denota las experiencias, vivencias que han tenido cada una de las mujeres sometidas al maltrato de género o intento de femicidio, cuyo factor esencial es el **silencio**.

El termino **mujer** se emplea dentro del nombre de la campaña con el fin de darle identidad, reconocer y realzar los valores que ella proyecta y haciendo hincapié lo útil que es para la sociedad y deje de seguir siendo vista como el famoso sexo débil.

Objetivo:

Objetivo General:

Incrementar los niveles de información en la sociedad sobre la violencia a la mujer.

Objetivos específicos:

- Familiarizar los machaleños (as) sobre El Femicidio mediante diversos actos sociales.
- Promover la campaña en todas las juntas parroquiales de la ciudad de Machala.

Eje Rector del mensaje:

El mensaje que encierra la campaña “Mujer, tu peor enemigo ¡El silencio!” es que el llamado sexo débil debe comenzar a tomar fuerzas para denunciar todo acto de maltrato verbal, psicológico y moral para de esta manera erradicar por completo la

violencia de género y femicidio. En otras palabras el silencio debe quedar en el olvido y denunciar ante la justicia a todo hombre que ose en golpearlas, insultarlas, denigrarlas, gritarlas, etc.

Campo de acción: La ciudad de Machala

Símbolo(s):

Color: los colores primarios que emplearan la campaña para su identificación serán:

- **Fucsia:** que representa la compasión, la ayuda y bondad.
- **Lila:** representa a las feministas del mundo.
- **Negro:** el luto y el vacío, dolor, rechazo

Símbolo: La mujer maltratada incentivando al silencio como ícono central de la campaña.

Beneficiarios: Mujeres y comunidad del cantón Machala

Causas a combatir:

- Femicidio.
- La desigualdad de género
- La violencia de género

Entidades patrocinadoras y Colaboradoras:

Movimiento de Mujeres de El Oro.

ETAPAS DE LA CAMPAÑA:

Etapas I

1. Investigación 1 Mes

Etapas II

2. Planificación de la campaña 1 mes

Etapas III

3. Ejecución

La ejecución de la campaña será dividida en 3 fases:

Fase I

1. Lanzamiento oficial de la campaña a través de redes sociales y medios de comunicación (45 días)

- Facebook
- Twitter
- Prensa escrita y radial

Fase II

2. lanzamiento del material de propaganda (p.o.p) (25 días)

Fase III

3. lanzamiento del material promocional en la Caminata 5 k (35 días)

Cronograma de actividades

PLAN DE CAMPAÑA “Mujer, tu peor enemigo ¡El silencio!”																
ACTIVIDAD	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fase I																
Contratar un Relacionista Público para el manejo de la campaña																
Lanzamiento oficial de la campaña por redes sociales																
Elaboración de contenidos y diseños para difundir en los medios de comunicación.																
Lanzamiento de la campaña en los medios de comunicación local.																
Fase II																
Elaboración de contenidos para trípticos, afiches y volantes																
Diseño de trípticos, volantes y afiches																
Difusión de trípticos, volantes y afiches a través de la ejecución de casas abiertas, conversatorios con profesionales y marchas.																
Fase III																

Inversión

Detalle	Costo Total
Papelería	1640
Material Promocional	13000
Total	14620

Evaluación y Control

Una vez terminada la Campaña se realizarán encuestas para analizar la opinión de las personas con relación a la misma, en estas encuestas también se comprobará si se han cumplido los objetivos propuestos.

CONCLUSIONES

La poca información que manejan las mujeres sobre sus derechos y leyes que las ampara ha permitido que el hombre abuse de su autoridad como jefe de hogar muchas veces creyendo que las féminas son un objeto. Por ello con el tiempo se ha ido formando diferentes grupos o movimientos de mujeres con el fin de brindar ayuda e información a las víctimas de violencia para que no callen y no tengan miedo de denunciar las agresiones.

La campaña: Mujer, tu peor enemigo el ¡Silencio! Será una herramienta de información, apoyo que busca bajar los índices de violencia de género y por ende el femicidio; mediante actividades sociales donde la comunidad en general participe y de esta manera genere conciencia.

Toda campaña que se genere a favor a la mujer le permite a esta llenarse de valor, fuerzas y conocimientos para que se pueda defender de cualquier adversidad hasta de salvar su vida y denunciar toda clase de violencia.

Mujer tu peor enemigo el ¡Silencio! Tiene como medios de difusión la prensa y redes sociales teniendo en cuenta que estos medios son los más utilizados en la sociedad machaleña y por lo tanto serán donde se publicarán las actividades que se realice dentro de la campaña; así que deben cumplir con una serie de estándares comunicacionales.

Referencias

OROZCO TORO, J. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social. *Pensar en la Publicidad* , IV (2).

Carrión, F. (2009). Femicidio:¿un asunto exclusivo de mujeres? *Ciudad Segura* , 1.

Díaz Bordenave, J. (Abril de 1992). La campaña como intervención social. *CHASQUI* , 66.

Núñez Moncada, S. K. (2012). El Femicidio y su Posible regulación en la Legislación Hondureña. *Revista de Derecho* , XXXIII (1), 72.

López Poot, A, y Martínez González.(2008) Colpamex ,trabajo presentado para premio nacional de investigación en México.

ANEXOS.

AFICHE DE LA CAMPAÑA



MATERIAL PROMOCIONAL.

