



TERMINOS DE REFERENCIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL, EN EL MARCO DEL PROYECTO “MUJERES CON VOZ. ACUERDOS LOCALES Y NACIONALES PARA LA GENERACIÓN DE AGENDAS, RESTITUCIÓN DE DERECHOS Y PREVENCIÓN DE LAS VIOLENCIAS CONTRA LAS MUJERES”

1. Antecedentes y justificación

CARE es una Organización no gubernamental, sin fines de lucro, sin afiliación religiosa, política o gubernamental, cuyo propósito es trabajar por la justicia social y la erradicación de la pobreza. CARE cuenta con 50 años de experiencia en el país y tiene presencia en más de 90 países en el mundo. Como organización líder en el movimiento mundial por los derechos de las mujeres y las niñas, CARE trabaja con las organizaciones comunitarias, los movimientos sociales, los diversos niveles de gobierno, para lograr sociedades inclusivas, interculturales, emprendedoras, resilientes y preparadas ante emergencias.

Bajo este contexto, el proyecto Mujeres con Voz implementado por CARE Ecuador, cofinanciado por la Unión Europea y la Fundación Raja, aspira contribuir con la gobernabilidad de espacios territoriales desde procesos democráticos inclusivos, que permitan el ejercicio pleno de los derechos humanos, así como a la lucha contra la situación de discriminación y violencia que afrontan mujeres diversas a nivel nacional y territorial. Para ello se propone trabajar en el mejoramiento de capacidades de las organizaciones de mujeres de la sociedad civil y estudiantes universitarias en incidencia en políticas públicas, normativa nacional y local, protocolos de actuación en ámbito universitario, a través de la promoción de su participación ciudadana en la construcción de legislación y gestión de políticas públicas, fortalecimiento de los mecanismos institucionales.

En Ecuador no existen investigaciones y diagnósticos oficiales sobre la violencia contra las mujeres en el ámbito universitario. Acorde a datos de INEC, la violencia contra las mujeres (VCM) es un flagelo que afecta a más de la mitad, incluyendo a niñas y adolescentes de la población ecuatoriana (2010). Las cifras levantadas por el Instituto Nacional de Encuestas y Censos (2010) evidencian que la problemática afecta en mayor grado a mujeres indígenas (67,8%), afrodescendientes (66,7%) y mestizas (59,1%), sin importar su nivel de educación o condición económica. Hay mayor incidencia de violencia en la parte urbana, con 61,4% de mujeres.

La violencia contra las mujeres en ámbito universitario tiene diferentes aristas. Por una parte, se pueden destacar las formas de violencias que se dan en el marco de las relaciones de pareja, que presentaría características propias acorde al grupo etario de los y las estudiantes y se desarrollarían en un marco “supuestamente” igualitario. Por otra parte, las mujeres estudiantes sufren casos de acoso y abuso sexual de parte del profesorado y funcionariado administrativo, episodios que se realizan mayoritariamente en un contexto marcado por relaciones asimétricas de poder. Cabe señalar que el ámbito universitario ocupa un lugar diferente en ambas situaciones: en el primero, la universidad es el ámbito en el cual se producen las situaciones de violencia o bien el contexto de una relación de pareja; a diferencia, en el segundo caso la universidad no sólo es el ámbito en el cual se producen las situaciones violentas, sino que, a su vez, es producido por sus integrantes.



Según Vara- Horna (2016), el 65% de las mujeres inscritas en las facultades de Ciencias empresariales e Ingeniería de las universidades peruanas ha sido agredida por su pareja y o ex pareja. El 48,8% de las agresiones a mujeres ocurrieron en los últimos 12 meses anteriores a la realización del estudio. Esto provoca una serie de impactos en el rendimiento académico de las mujeres estudiantes universitarias, como desaprobación de cursos, ausentismo, presentismo y deserción de las carreras universitarias.

Para contribuir a la prevención de la violencia contra las mujeres en ámbito universitario, en 2017 se ha diseñado participativamente la imagen de una campaña comunicacional a nivel nacional para la sensibilización frente a la vulneración de los derechos de las mujeres, con énfasis en la prevención de las violencias contra las mujeres. Dicha campaña estará dirigida a un público juvenil (estudiantes universitarios entre 17-35 años), considerados un importante grupo para la prevención y la erradicación de esta problemática en ámbito universitario. Asimismo, el nombre de la campaña “gritan las aulas”, se elaboró de manera participativa, mediante un taller de construcción en el cual asistieron estudiantes y docentes de la Universidad Técnica del Norte, Universidad Técnica Luis Vargas Torres, Universidad Central del Ecuador, FLACSO Ecuador, entre otras.

Los objetivos principales de esta campaña son los siguientes: promover el cambio de patrones socioculturales en relación a la violencia de género contra las mujeres en los espacios universitarios; incidir en las autoridades universitarias en favor de la erradicación de la violencia de género hacia las mujeres; y visibilizar las diferentes formas de violencia de género normalizada y naturalizada en los espacios universitarios.

2. Objetivo de la consultoría

Implementar una campaña comunicacional a nivel nacional para la sensibilización frente a la vulneración de los derechos de las mujeres, con énfasis en la prevención de la violencia de género.

Objetivos Específicos:

- a)** Activar las redes de las universidades objeto del proyecto (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) con al menos 5 acciones digitales.
- b)** Organizar participativamente un festival de Cine Foros en la ciudad de Quito con réplica en al menos 4 universidades ubicadas en las provincias objeto del proyecto
- c)** Elaborar un concurso nacional de foto reportajes y videos sobre la prevención de la violencia contra las mujeres en ámbito universitario y la construcción de nuevas formas de masculinidad y femineidad, en el marco de los 16 días de activismo.

3. Metodología

La presente consultoría estará centrada en el desarrollo e implementación de la campaña nacional “Gritan las aulas”, con énfasis en las universidades fiscales presentes en las siguientes provincias: Esmeraldas, Pichincha, Chimborazo, Imbabura, Sucumbíos. Para ello, la metodología a utilizarse se tiene que basar en procesos individuales y colectivos de transformación de los patrones socioculturales que



mantiene las relaciones de inequidad de género y las situaciones de violencia contra las mujeres en las instituciones de educación superior.

Se utilizarán herramientas atractivas y amigables con las y los estudiantes para la construcción de productos comunicacionales que permitan concientizar la comunidad universitaria sobre este tema, a través de la difusión de mensajes claves en las principales redes sociales (facebook, twitter, instagram, whatsapp, etc.). En este sentido juegan un rol fundamental las redes sociales que permiten llegar a un número mayor de estudiantes e influenciar la toma de decisión de las autoridades académicas. Para ello, se prevé la activación de las redes sociales de las universidades vinculadas a la campaña, mediante el fortalecimiento de capacidades de las y los estudiantes que se encargarán de producir afiches, memes, vídeos, entre otros y postear mensajes para la información y la sensibilización de la comunidad estudiantil.

En el marco de la campaña, se desempeñarán algunas acciones desde pedagogías alternativas y creativas que favorezcan la formación en competencias de la comunidad estudiantil y el cambio de actitudes, comportamientos y prácticas. Entre estas se destacan el festival de cine foro y el concurso de foto reportajes. Ambos como medios de comunicación logran influenciar la sociedad y la cultura y brindan una representación de la realidad y del mundo que nos rodea, contribuyendo a transformar a las personas en sus dimensiones afectivas, emocionales y cognitivas y presentar nuevas imágenes de masculinidades y femineidades.

La campaña deberá tener en cuenta de los siguientes enfoques:

Enfoque de Género

Este enfoque constituye un marco de análisis para determinar las diferencias entre varones y mujeres en el uso del poder, los recursos, los beneficios y, para identificar, evaluar y cuestionar la discriminación y la desigualdad como factores de exclusión de las mujeres, que pretenden justificarse en las diferencias biológicas, extendiéndolas al campo de lo simbólico.

Empoderamiento de mujeres

CARE define el empoderamiento de la mujer como el efecto combinado de cambios en tres esferas:

- El conocimiento de sí mismo, habilidades y capacidades de la mujer (capacidad de acción y toma de decisiones);
- Las normas sociales, costumbres, instituciones y políticas que dan forma a sus elecciones en la vida (estructuras);
- Las relaciones de poder a través de las cuales ella negocia su camino (dinámica de poder dentro de los hogares, con parejas íntimas y otros familiares).

Enfoque de derechos humanos

Este enfoque permite “analizar las desigualdades que se encuentran en el centro de los problemas de desarrollo y corregir las prácticas discriminatorias y el injusto reparto del poder que obstaculizan el



progreso en materia de desarrollo” (Oficina del Alto comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos).

CARE Ecuador se responsabilizará de la convocatoria a las reuniones y talleres, así como de establecer los contactos entre el o la consultora y las organizaciones estudiantiles vinculadas a la campaña en las universidades objeto del proyecto.

4. Productos esperados

Objetivo/ Componente	Productos – Comunicación	Entrega y Porcentaje a Pagar
5.7.6 2a) Desarrollo e implementación de una campaña comunicacional con énfasis en prevención de las violencias de género.	Propuesta metodológica para el desarrollo e implementación de una campaña comunicacional a nivel nacional con énfasis en la prevención de la violencia de género.	A la semana de firmado el acuerdo. 15%
	Realización de al menos 5 acciones digitales en las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) de las universidades objeto del proyecto.	A 20 de mayo de 2018. 20%
	Organización de un festival de cine foro en Quito con réplica en al menos 4 universidades objeto del proyecto.	A 30 de junio de 2018. 25%
	Diseño y elaboración de un concurso nacional de foto reportajes y videos para la prevención de la violencia contra las mujeres en ámbito universitarios, en el marco de los 16 días de activismo.	A 30 de octubre de 2018. 20%
	Informe final de implementación de la campaña con audiencias alcanzadas y matrices de impacto en el cambio de imaginarios.	A 9 de noviembre de 2018. 20%



5. Duración de la consultoría

LA CONSULTORA durante el período comprendido entre el **20 de abril de 2018 al 20 de noviembre de 2018**, desarrollará las actividades y productos mencionados.

6. Presupuesto

El pago se realizará en base a los tiempos y los porcentajes establecidos en el cronograma de productos, con entrega a satisfacción.

7. Perfil profesional

Para cumplir con el producto requerido el (la) profesional deberá acreditar el siguiente perfil:

- Título de tercer nivel en Ciencias Sociales, Comunicación, o afines, de preferencia con especialidad en género (deseable título de cuarto nivel).
- Experiencia comprobada en procesos comunicacionales, de preferencia implementando campañas de comunicación, manejo de redes sociales, grupos amplios de llegada.
- Experiencia probada de trabajo con Universidades y actores locales.

Destrezas:

Responder con responsabilidad, proactividad, oportunidad y eficiencia con todas las tareas afines con el proyecto y su debida implementación.

Afinidad para trabajar en equipo, y en alianza con actores nacionales y locales, para facultar el logro de objetivos y metas establecidas.

8. Lugar de trabajo

Ibarra, Esmeraldas, Riobamba, Quito, Sucumbíos.

9. Administrador del contrato

ACCIÓN	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
Elaborado por:	Manuela Farina	Técnica de proyectos	
Revisión y Aprobación	Nubia Zambrano Alexandra Moncada	Coordinadora Directora	