

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales

**Guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la
aplicación de talleres educomunicacionales de prevención de violencia
contra la mujer**

Autor:

Jorge David Samaniego Almeida

Directora:

Yemala Castillo Brito, PhD.

Quito, Ecuador.

Agosto, 2021

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgst. Fredi Zamora

Director(a) de la Carrera de Producción para Medios de Comunicación

Presente.

Yo, Ph.D. Yemala Castillo Brito, Director(a) del Trabajo de Titulación realizado por Jorge David Samaniego Almeida, estudiante de la carrera de Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales, informamos haber revisado el presente documento titulado "Guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educomunicacionales de prevención de violencia contra la mujer", el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto autorizamos su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud autorizo a las estudiantes a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,



EDDYBELLETH
YEMALA CASTILLO
BRITO

Ph.D. Yemala Castillo Brito

Director(a) del trabajo de titulación.

CARTA DE AUTORIA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educomunicacionales de prevención de violencia contra la mujer”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta, son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Jorge David Samaniego Almeida

No. de cédula de ciudadanía: 1720509007

Quito, 20 de agosto de 2021

Resumen

El presente trabajo de titulación aborda la vinculación entre narrativa transmedia, educomunicación y erradicación de la violencia de género, con el fin de proponer guía didáctica que sea un aporte al trabajo de los Promotores de erradicación de la violencia contra la mujer en Quito, y dé a luz espacios de creación de historias que puedan dialogar más allá de un aula, buscando generar ejercicios empíricos de narrativas expandidas que inviten a producir, consumir, aprender y aprehender historias vinculadas al respeto y promoción de los derechos humanos. Desde la utilización de dispositivos móviles y herramientas de fácil manejo social. Para esto, se utilizan coordenadas teórico-conceptuales abordadas por Jenkins y Scolari sobre Transmedia, la cibercultura de Pierre Levy y la era de la información de Castells. Ocupando una metodología participativa, conectada a la creación de productos audiovisuales y gráficos, usa el fenómeno Trasmmedia, como elemento intertextual narrativo y pretexto para dar vida a una sociedad en red. Cabe aquí la frase de Paulo Freire “educar para la praxis implica acción y reflexión de los hombres sobre el mundo para transformarlo” (1971).

Palabras clave: género, violencia contra la mujer, convergencia de medios, cultura participativa, inteligencia colectiva, narración transmedia, interactividad, manual de metodologías, TIC, Media Literacy.

Agradecimiento

Al finalizar este trabajo quiero agradecer infinitamente a todas y cada una de las personas que han hecho posible que este paso en mi vida se termine de dar. A mi compañera de vida Any Sánchez por su valioso apoyo y sabiduría en este proyecto de estudio. A mis Padres, Jorge y Maggy, a mi hermana Mika, a mi hermano Jossua, a mis abuelitos Ilde y Magolita, a mis tíos y a mis primas que han sabido darme su ejemplo de trabajo y honradez.

También quiero agradecer a la Universidad Iberoamericana del Ecuador, directivos y profesores, en especial a mi tutora Yemala Castillo y a Fredi Zamora director de la escuela, por haber sido mis pilares fundamentales en este camino y haber confiado en mi capacidad para culminar esta fase.

De manera especial, quiero expresar mi reconocimiento a mis mejores amigos y hermanos del alma Andrés Tovar, Isabel Macas, Yauri Muenala, Paty Coronel, Tito Samaniego, Marcelo Vallejo y Pamela Jijón, cada uno de ellos han sido en este camino un incentivo e inspiración para continuar con mi carrera.

Finalmente, agradezco mucho a Cristian Goyes por su confianza para abrirme las puertas de la institución municipal y a todos y cada uno de los promotores de erradicación de la violencia por haberme dado su tiempo y profesionalismo para realizar todo mi trabajo de investigación.

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a mi compañera de vida Any Sánchez, por su incondicional amor y soporte en todo momento. A mis padres, quienes han podido acompañarme en todo momento con su sabiduría y fortaleza para seguir, a mi abuela Magolita por ser siempre para mí esa luz de amor, a mi abuelo Ildefonso por acercarme desde niño al arte y a los libros, a toda mi familia y amigos cercanos por haber sido apoyo a lo largo de mi carrera universitaria, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
CARTA DE AUTORIA DEL TRABAJO	III
Resumen	IV
Agradecimiento	V
Dedicatoria	VI
ÍNDICE DE TABLAS:	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS:	X
ÍNDICE DE FIGURAS:	XI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES:	XII
CAPÍTULO I	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1 Presentación del problema que aborda el trabajo de titulación:	15
1.2 Justificación	19
1.3 Objetivos de la investigación.....	23
CAPÍTULO II	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes de la Investigación	24
2.2 Bases Teóricas	26
CAPÍTULO III	47
METODOLOGÍA EMPLEADA	47
3.1 Metodología de la investigación	47
3.2 Metodología del Producto	52
CAPÍTULO IV	55
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN.....	55
4.1 Violencia contra la mujer desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género del Municipio de Quito.	55
4.2 Estructura de la guía didáctica y audiovisual basada en un contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer	67
4.3 Producción de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer	74
4.4 Plan de distribución de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer	88
CAPITULO V	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89

5.1 Conclusiones.....	89
5.2 Recomendaciones	91
ANEXOS	94
ANEXO A1: CUESTIONARIO 1: CANALES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROMOTORES	94
ANEXO A2: CUESTIONARIO 2: GRUPOS DE INTERÉS DEL MUNICIPIO	96
ANEXO B: GUION DE ENTREVISTA SOBRE EL PROGRAMA DE TALLERES DE LOS PROMOTORES DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO DEL MUNICIPIO DE QUITO	98
ANEXO C1: INSTRUMENTO 1 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO	99
ANEXO C2: INSTRUMENTO 2 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO	102
ANEXO D: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL ENTREVISTA	105
ANEXO E1: INSTRUMENTO 1 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO	108
ANEXO E2: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO	122
ANEXO F: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL ENTREVISTA.....	135
ANEXO G: ANALISIS DEL CUESTIONARIO. TABLAS Y GRÁFICOS.	150
Tabla 1	150
Tabla 2	151
Tabla 3	151
Tabla 4	152
Tabla 5	153
Tabla 6	154
Tabla 7	155
ANEXO H: ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS – TRANSCRIPCION DE ENTREVISTAS.....	157
Referencias Bibliográficas	171
1. Impresos	171
2. Digitales	173

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Ficha técnica del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.	79
Tabla 2 Guion del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.	83
Tabla 3 Presupuesto del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.	84
Tabla 4 Cronograma de actividades del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.	85
Tabla 5 Dimensión Contenido de Programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	150
Tabla 6 Dimensión Conocimiento de Programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	151
Tabla 7 Dimensión Recepción de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	152
Tabla 8 Dimensión Medios de recepción de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	153
Tabla 9 Dimensión Frecuencia de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	154
Tabla 10 Dimensión Tipos de contenidos de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	155
Tabla 11 Dimensión Apoyo a los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico No. 1. Pregunta 1. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	150
Gráfico No. 2. Pregunta 2. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	151
Gráfico No. 3. Pregunta 3. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	152
Gráfico No. 4. Pregunta 4. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	153
Gráfico No. 5. Pregunta 5. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	154
Gráfico No. 6. Pregunta 6. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	155
Gráfico No. 7. Pregunta 7. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).	156

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1. Derechos Humanos. Fuente: Elaboración propia, 2021.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2. Frecuencia Comunicacional. Fuente: Elaboración propia, 2021.	61
Figura 3. Talleres Educomunicacionales. Fuente: Elaboración propia, 2021.	63

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES:

Ilustración 1. Manual de Guía. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	68
Ilustración 2. Portada de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	75
Ilustración 3. Hoja mensajes de introducción de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	75
Ilustración 4. Hoja de información de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	76
Ilustración 5. Ejercicio collage de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	76
Ilustración No. 6. Ejercicio participativo de la Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.	77
Ilustración No. 8. Sinopsis de la guía audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.....	78

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer, genera un manual de los procesos y actividades a desarrollar con un grupo de psicólogos del Municipio de Quito dentro de espacios de sensibilización y erradicación de la violencia contra la mujer que ellos generan.

La Organización Mundial de la Salud, subraya a la violencia contra la mujer como un grave problema de salud pública y una violación de los derechos humanos de las mujeres que continúa marcando de manera negativa las vidas de las personas que son víctimas de diferentes tipos de abusos (Organización Mundial de la Salud OMS, 2013).

Frente a ello, buscar nuevas estrategias de intervención con esta problemática se convierte en un proceso fundamental para la salud mental de los habitantes quiteños. A partir de esto nace la necesidad de buscar diversas intervenciones, que permitan generar una prevención contra la violencia. La presente investigación se estructura a través de una exhaustiva revisión bibliográfica donde se aborda los aportes de la comunicación en los trabajos de erradicación de violencia.

Frente a esta problemática, la Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad del Municipio de Quito creó los Centros de Equidad y Justicia, los cuales brindan atención integral a la ciudadanía y mujeres víctimas de violencia.

El grupo de promotores que integran este grupo utilizan varias estrategias para prevenir la violencia contra mujeres de varios sectores de Quito. Sin embargo, no han sido suficientes. Por tal razón, en este proyecto se desarrolla una guía metodológica basada en contenido transmedia, con un enfoque edu-comunicacional, para que los promotores puedan transmitir de mejor manera los

contenidos sobre prevención de violencia contra las mujeres para generar consciencia en la ciudadanía y colaborar en el esfuerzo para reducir el número de personas violentadas.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han modificado las capacidades de propagación de los mensajes y de acuerdo con Trejo (2006), dicha tecnología ha permitido la digitalización de los contenidos. De manera que al ser procesados con carácter binario, los contenidos se pueden manipular, modificar, comprimir y compartir. Según el autor, la digitalización y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación permiten que todo tipo de mensajes puedan ser difundidos a cualquier lugar (Trejo, 2006).

Por ello, la manera como se construye y distribuye dicha información es de interés principal de la presente investigación, donde se considera a la Narrativa Transmedia como una forma de abordarla, generando un proceso de construcción colectiva creado por la participación y la construcción de una inteligencia colectiva. En este cambio de producción y consumo, Jenkins (2003) presenta la narración transmedia como una nueva estética que ha surgido en respuesta a la convergencia de los medios, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos. El autor ve en la narración transmedia como una posibilidad de crear mundos, los cuales se caracterizan por el intercambio de impresiones, por la colaboración entre productores y consumidores, y un esfuerzo creativo estimulado por las nuevas exigencias de los medios.

Para ello, se ha planteado la creación de una guía didáctica y audiovisual que expone y desarrolla en forma de manual un ejercicio metodológico transmedia para abordar historias de violencia sufridas por parte de mujeres.

En el presente capítulo se encuentra desarrollado el problema a investigar, junto a los objetivos específicos y objetivo general, que encaminan el presente trabajo investigativo.

1.1 Presentación del problema que aborda el trabajo de titulación:

La Organización Mundial de la Salud (OMS), presenta un informe sobre las estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer, realizado en regiones de ingreso bajo, medio y alto, que incluye países de América y el Caribe, Mediterráneo Oriental, África, Europa, Sudeste Asiático y Pacífico occidental-, que estimando que una de cada tres (35%) mujeres en el mundo han sufrido violencia física y/o sexual de pareja o violencia sexual por terceros en algún momento de su vida (Organización Mundial de la Salud OMS, 2013).

Por otro lado, los procesos de violencia en Latinoamérica se presentan de forma bastante variada: por ejemplo, en Bolivia, el 53,3% de las mujeres han sufrido violencia física o sexual; el 39,7% en Colombia; el 39,5% en Perú; el 32,4% en Ecuador; y el resto de países oscilan entre el 17% y 29%, desde esta perspectiva se hace necesario herramientas para la mitigación de este problema, fundamento del presente proyecto (OMS, 2013).

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (INEC) en su segunda Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres realizada en noviembre del 2019 señala que en el país 32 de cada 100 mujeres han experimentado algún tipo de violencia cometida por la pareja en los últimos 12 meses o un año. Mientras que 65 de cada 100 ha vivido una situación similar a lo largo de su vida.

Por otro lado, se debe mencionar que en el Ecuador de acuerdo al INEC las violencias que más se resaltan son: la violencia psicológica con un 54%, seguido de la violencia física con un 38%, violencia sexual con un 26% y violencia patrimonial con un 17%, porcentajes que se acentúan en el perímetro de las zonas urbanas del país, evidenciando un porcentaje superior al 60% de índices de violencia (Instituto nacional de estadística y censos. INEC, 2011).

Este fenómeno a través del tiempo ha pasado a ser un problema de salud pública caracterizado, principalmente, por el abuso de poder ejercido desde un miembro del núcleo familiar sobre otro, que se ve afectado en diferentes niveles, trayendo consigo graves consecuencias que limitan o imposibilitan el adecuado desarrollo del sujeto y desencadenan en otra serie de conflictos psicosociales. Ante esta

problemática en el Distrito Metropolitano de Quito, la Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad crea los Centros de Equidad y Justicia, organismos municipales distribuidos en todo el territorio capitalino, que dan educación y atención prioritaria e integral a la ciudadanía y mujeres víctimas de violencia.

De cara a la alta demanda, en promedio más de 5 atenciones psicológicas diarias y 1 o 2 talleres de sensibilización para colegios e instituciones aledañas a los centros, que cubre el Grupo de Promotores de Equidad y Justicia, se propone la creación de un espacio de intervención psicológica grupal, focalizado en la potenciación de las capacidades resilientes, con la finalidad de que las y los usuarios desarrollen estrategias de afrontamiento ante situaciones similares en su cotidianidad, ambientes que deben ser muy bien establecidos para poder coordinar un mejor entorno y que exista una protección adecuada para las mujeres.

La violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar conforme lo establece el artículo 155 del Código Orgánico Integral Penal, es todo acto que involucre maltrato físico, psicológico o sexual por parte de un miembro de la familia en contra de otro integrante del núcleo familiar (Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos., 2014). Datos de la Fiscalía General del Estado sostienen que entre el 2015 y 2016, el 75% en promedio de las denuncias receptadas eran por violencia de género o violencia psicológica contra algún miembro de la familia.

En el ejercicio cotidiano de los profesionales del Centro de Equidad y Justicia se ha observado la conformación de grupos como medio de trabajo en distintas áreas, principalmente en la de trabajo social, donde se interviene de manera prioritaria en temas vinculados a la adecuada convivencia familiar con la persona responsable del hogar y su respectiva pareja, por su parte, desde el área de psicología se propone un trabajo grupal con usuarias para tratar temáticas relacionadas a la prevención de la violencia. Los profesionales que desarrollan dicha intervención son psicólogos y sociólogos especialistas en el Género, mismos que son llamados Promotores, los cuales carecen de recursos metodológicos y edu-comunicacionales para el desarrollo de la sensibilización y socialización de temas relacionados a la erradicación de la violencia de género,

debido a que al ser un programa público municipal, solo cuentan con presupuesto y recursos básicos para el desarrollo del mismo desde la mirada de acompañamiento e información, y no para sus aplicaciones desde el campo de las comunicaciones.

En el transcurso del tiempo, la tecnología ha permitido que la sociedad se adentre en nuevos entornos nunca antes pensados. Es decir, el ciberespacio como un espacio alterno y paralelo a la realidad física. El auge de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se produjo desde que Internet se masificó a finales de los 90's. A partir de esto, se puede decir que desde el año 2000, en el mundo el internet se ha convertido en una herramienta imprescindible, y las TIC han pasado a ser instrumentos útiles y necesarios para todas las sociedades, ya que permite la comunicación inmediata; así como un acceso fácil a la información.

Tal es el caso que (Castillo & Herrera, 2017) manifiestan que, en el marco de las TIC, éstas han sido consideradas instrumentos para lograr la transformación mediante el uso de variadas formas de intervención, con el fin de atender las necesidades educativas universitarias, en este sentido se está promoviendo herramientas sostenibles dentro del campo de la investigación educativa. Así mismo, destacan que la virtualización es un proceso y resultado al mismo tiempo del tratamiento de la comunicación de los datos, informaciones y conocimientos, mediante la computadora, elemento importante que fortalece el presente proyecto ya que se toma estas herramientas desde una investigación profunda para poder dar alternativas sostenibles mediante los TIC.

Exponiendo lo que Barros y Barros (2015) manifiestan, al momento de pensar que el desarrollo de la ciencia y la tecnología han irrumpido en todos los ámbitos y niveles sociales, de manera que la tecnología se ha convertido en la actualidad en uno de los productos fundamentales del consumo de las sociedades. Por esta razón, es importante reconocer que las tecnologías del conocimiento afectan la forma en que un individuo siente y piensa, proponiendo la creación de un ambiente comunicacional nuevo que posee influencia en la forma de cómo se percibe el mundo actual.

En este orden de ideas, la tecnología permite expandir las fronteras de la información y el conocimiento a niveles que antes eran imposibles. De este modo (Severin Eugenio & UNESCO, 2013) manifiesta que la información que brinda los medios de comunicación, ya dejó de proponer qué consumir y se convirtió en un estilo de vida. Los productos y las marcas se volvieron una forma de identificación. Los consumidores son los que deciden qué ver y qué merece ser visto en los diferentes medios publicitarios. Es así que el término *Narrativas Transmedia* irrumpe en la construcción mediática, para proponer una exploración y expansión de información de los universos narrados, logrando de ese modo una mayor participación e interés en las audiencias.

Por consiguiente, al hablar de narrativas transmedia surge la asociación de este término con Jenkins (2003), un académico estadounidense de los medios de comunicación, que definió en su artículo web a las “*narrativas transmedia como experiencias narratológicas que se desarrollan a través de diferentes medios, con el objetivo de contar en conjunto una historia*”. De hecho, las narrativas transmedia han provocado tal participación que, tal y como Scolari (2013) en su libro *Narrativas Transmedia* lo indica, los consumidores han cambiado sus hábitos de consumo y se han convertido en *prosumidores*, yendo más allá del consumo tradicional, convirtiéndose en productores de nuevos contenidos y consumidores de información.

Por otro lado, la utilización de guías didácticas para exponer ejercicios transmedia llevados a cabo mediante talleres participativos, posibilita pensar que dicho instrumento sea una guía que promueva la interacción, conduzca a los beneficiarios a través de varios recursos, estrategias y hacia el aprendizaje autónomo de temáticas nuevas para los prosumidores. Según García (2002, p. 241) “Una guía didáctica es un documento que orienta el estudio acercando a los procesos cognitivos al material didáctico, con el fin de que pueda trabajarlos de manera autónoma”.

En la actualidad, es necesario adaptarse a las nuevas formas de interacción y optar por el uso de herramientas didácticas y tecnológicas que permitan un mayor desarrollo de la comunicación. Por esta razón, hoy en día, la educación propone una transversalidad de las herramientas, información,

dispositivos y metodologías tecnológicas que permitan el fortalecimiento de una comunicación interactiva entre participantes y educadores.

El grupo de Promotores del Municipio han reconocido la necesidad de adaptarse a las exigencias competitivas de su entorno social y han implementado las TIC dentro de su proceso de interacción educativa, sin enfatizar en la evolución de las tecnologías de información, y el impacto que han causado en la sociedad, enfocándose de ésta manera en un uso pasivo de la virtualidad.

El problema que se aborda en este proyecto se enmarca dentro del ámbito temático de la interacción y creación de contenidos que puedan generarse por parte de los promotores, en el marco de talleres que aborden la Prevención de violencia de género en el Distrito Metropolitano de Quito, y mediante la utilización de una narrativa transmedia. Cabe resaltar, que la creación de productos transmedia es un medio relativamente nuevo. Las plataformas audiovisuales, históricamente, se han aprovechado de todos los conceptos y temáticas de consumo posible, desde las técnicas artísticas como la litografía hasta el Internet. Es importante ver qué tiene este medio para ser tan afín con la educación y cómo este se ha aprovechado de la red. De allí que, el funcionamiento de un producto transmedia se pueda generar en el aula, especialmente a través de redes sociales como: Facebook, Whatsapp, Instagram y Youtube.

En el presente estudio de investigación surge la siguiente interrogante:

¿Cómo diseñar una guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la prevención de violencia contra la mujer dirigido a Promotores de Prevención de la violencia de Género de la Secretaría de Seguridad del Municipio de Quito?

1.2 Justificación

La presente investigación es producto del interés académico personal por reconocer el manejo comunicacional de los medios digitales y las TIC en el contexto de prevención de violencia contra la mujer. Al tomar en cuenta que se

vive en tiempos de la inmediatez de la información y del flujo vertiginoso de datos que exige un cambio en las formas en que se narran la historia, se hace imprescindible diseñar una guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia que fortalezca el trabajo de los promotores de prevención de la violencia de género.

Para el fin antes mencionado, se utilizaron las coordenadas teórico-conceptuales que se abordan en: la teoría de la acción comunicativa de Habermas, la cibercultura de Pierre Levy y la era de la información de Castells.

La relevancia de este trabajo radica en la necesidad de reconocer y analizar la inmersión de los promotores dentro de una cultura transmedia, la cual se caracteriza principalmente por la utilización de las nuevas tecnologías de información y comunicación, las mismas que permiten generar contenidos que respondan a una propuesta de prevención de violencia de género, fortaleciendo los procesos de los promotores.

La red ha permitido encontrar múltiples relatos, difuminados a través de varias plataformas. Sin embargo, una participación activa de parte de la audiencia es importante, al momento de generar una vinculación entre relatos y plataformas. Este papel activo de la audiencia, representa un cambio significativo en el concepto de audiencia pasiva y tiene sus más recientes antecedentes en la denominada web 2.0, caracterizada por “una serie de tecnologías basadas en arquitecturas de participación, en las que el usuario deviene proveedor de los contenidos del sitio que visita” (Prada, 2012, pág. 28). De esta forma, en la web 2.0 se pasa de individuos que visitan sitios web con el fin de encontrar información, a individuos que se encuentran con herramientas que les permiten como usuarios, ser los productores de contenido.

Esta nueva forma de establecerse en la red, tiene a su vez fundamentaciones directas en la manera como se vinculan los usuarios en la red. Se pasó de una red *semántica* o informativa a un espacio donde el intercambio y compartir son las principales bases del flujo informativo. Este nuevo escenario de participación que facilitan las plataformas digitales como redes sociales, permite reconocer y plantear soluciones a través de la generación de contenidos, orientados a

mejorar el trabajo de los promotores, de manera que se pueda contribuir en la erradicación de la violencia de género en la ciudad, a su vez, influir en su perfil profesional, dotándolos de nuevas herramientas, destrezas profesionales y características a la hora de enfrentarse a buscar posibles soluciones frente a problemas sociales.

Dentro de este contexto, se puede vislumbrar una nueva serie de entretrejos entre los medios tradicionales y los nuevos medios. No se trata de una relación en la que uno debe imponerse sobre el otro. Por el contrario, cada espacio y plataforma debe encontrar los lazos para integrarse a este nuevo sistema. Esta nueva realidad requiere que los paradigmas narrativos se transformen, evolucionen. Por esta razón, la finalidad de este proyecto es reconocer y construir nuevas narrativas transmedia, pensadas en la tendencia actual de vincular medios y espacios, para generar experiencias edu-comunicacionales más participativas, todo esto, diseñado para el trabajo de los promotores del Municipio de Quito.

Por esta razón, en el presente estudio se invita a utilizar las redes sociales, con un efecto dialógico y reverso con relación a las conductas que han sido generadas a partir de la información que se comparte en las mismas. Es así como las TIC y los recursos metodológicos se ponen al servicio de una narrativa transmedia, que sirve de soporte para generar una educación sexual y reproductiva, basada en planes de erradicación de violencia de género, que rompa con la concepción heteronormada y machista, propia de las sociedades occidentales, siendo el trabajo oportuno para visualizar procesos sociales adversos en los quiteños, fundamentando el quehacer científico y académico a través de la puesta en escena de la guía práctica.

Según la (Asociación Española de la Economía digital. Adigital, 2014), el proceso de la digitalización mueve a las personas a abrir nuevos canales de relación e interacción con la sociedad y con ello surgen nuevas posibilidades estratégicas que reconducen la creatividad hacia el camino de la eficacia.

La presente investigación consiste en demostrar que, como consecuencia de la nueva generación de sociedades digitales, la comunicación adapta sus

estrategias a las nuevas tendencias, con el objetivo de acercarse eficazmente a grupos sociales representativos, puesto que la conducta social ha cambiado. Ante este panorama digital, son los propios ciudadanos los que en muchos casos se convierten en medio de difusión y creación de los procesos comunicacionales. Pero realmente ¿cómo están siendo abordadas las prácticas de los promotores sociales frente a los modelos de comunicación?

Narrar y narrarnos trasciende hoy los límites impuestos por la modernidad y que derivaron en prácticas escolares mecanicistas de linealidad, para ahora, configurarse en unas formas de expresión más abiertas y complejas, móviles y multifuncionales, interdisciplinarias e interactivas. Configurando un nuevo individuo que transforma sus formas de ver y percibir la realidad, ahora también influida por la virtualidad.

En este ámbito de transformaciones la edu-comunicación no puede seguir desvirtuando la condición del informante para reducirla a la de objeto de acciones asistenciales y educativas. La educación contemporánea ya no es el único lugar donde se aprende; ni los seres humanos que hoy forma son los mismos de hace un tiempo atrás. Tienen otras inquietudes, otros intereses, otras formas de comunicarse, de aprender y acceder al conocimiento. Cabe aquí la frase “Educar para la praxis implica acción y reflexión de los hombres sobre el mundo para transformarlo” (Freire, 1971, p. 7). Y transformar el mundo posibilita construir otras características sociales, proponer otras con más personas, a través de la manera en que se cuenta, se narra y se da cuenta de lo que significa sentir, saber y poder hacer.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer dirigido a Promotores de Prevención de la violencia de Género del Municipio de Quito.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar información sobre la violencia contra la mujer desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género del Municipio de Quito, a través de encuestas y entrevistas.
- Estructurar una guía didáctica y audiovisual basada en un contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer a través de la utilización de herramientas de producción audiovisual, como la edición de historias, recuperación de mensajes dentro de redes sociales y edición de las mismas para crear contenidos.
- Producir una guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer mediante la diagramación de un folleto literario y el desarrollo de un video explicativo.
- Plantear un plan de distribución de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer que plantee alcances comunicacionales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Para presentar una investigación sólida, es necesario basar la construcción de la misma en un marco teórico, teniendo en cuenta los aportes y colaboraciones de investigadores y expertos en el objeto de estudio. Según (Balestrini, 2002) esta fase es el resultado de la selección de aquellos aspectos más relacionados del cuerpo teórico epistemológico que se asume, referidos al tema específico elegido para su estudio.

De allí que su racionalidad, estructura lógica y consistencia interna, va a permitir el análisis de los hechos conocidos, así como, orientar la búsqueda de otros datos relevantes. En consecuencia, cualquiera que sea el punto de partida, para la delimitación y el tratamiento del problema se requiere de la definición conceptual y la ubicación del contexto teórico que orienta el sentido de la investigación.

2.1 Antecedentes de la Investigación

En la siguiente sección se mencionan estudios que tienen como punto de partida y eje central el uso de la narrativa transmedia, el género y la educación, procedentes de investigaciones nacionales e internacionales, que han optado por estos recursos como herramientas y sistemas de creación de conocimiento.

En primera instancia se encuentra el trabajo de titulación de Pereira y Santacruz (2020), titulado *Contenido transmedia audiovisual sobre el cine negro dirigido a los estudiantes que cursan la asignatura de cinematografía de la Universidad Iberoamericana del Ecuador*, presentado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, donde se proponen elaborar un contenido transmedia audiovisual sobre el cine negro dirigido a los estudiantes que cursan la asignatura de cinematografía, que les permita la intercomunicación eficaz entre el estudiante y las nuevas convergencias tecnológicas, usando como principal herramienta la transmedia para la difusión de la información. Tomando esto como base, el aporte encontrado de la investigación se fundamenta en el análisis de las

narrativas transmedia aplicadas a la edu-comunicación dentro de un trabajo de campo.

Los resultados obtenidos de la investigación fueron el diagnóstico de contextual, la estructuración del guion del contenido transmedia y la producción del contenido transmedia que se trabajó en la realización del producto, en donde se definieron los recursos y plataformas web que se van a utilizar, de tal forma que el estudiante pueda continuar la historia saltando de una plataforma a otra, para la creación de la animación en 2D, se estableció la construcción de personajes, escenarios, objetos, elementos, así como también en el proceso de ilustración, toma de planos, secuencias y duración del producto.

Esta investigación estuvo centrada en recolectar los datos a través de una encuesta, aplicada a los estudiantes de producción para medios de comunicación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, sobre el conocimiento del cine negro, con el fin de obtener datos estadísticos y estos analizarlos a nivel descriptivo.

Otro trabajo relacionado con la investigación es de Otálvaro (2016), titulado *Transbarrio: educación y transmedia para favorecer la participación. Una estrategia de formación en contextos extracurriculares*, presentado en la Universidad de Antioquia de Medellín. Esta investigación, tuvo como objetivo diseñar e implementar una estrategia de formación fundamentada en actividades de exploración y creación de narraciones transmedia conducentes a la participación de un grupo de jóvenes habitantes del barrio La Gabriela, Antioquia, Colombia. La metodología utilizada estuvo basada en un proceso descriptivo, sus principales resultados fueron conocer y entender el contexto de las narrativas para tener un artículo científico de apoyo académico. El trabajo concluye entendiendo la profundidad e importancia de las aulas virtuales y los elementos que desarrollan con los procesos transmedia.

Por lo cual, este trabajo proporciona información, que beneficia a la investigación en el desarrollo de estrategias de formación alrededor de fotografía, reportajes y crónicas. En este contexto, las actividades generadas en este proceso, fueron ejercicios en los que en efecto las historias de las personas se pusieron al

servicio de dispositivos de comunicación que ayudaron a la construcción de la memoria social.

Por otro lado, la investigación planteada por Aguilar Astudillo y Yuquilima presentada en el 2020, denominada *La Narrativa Transmedia como estrategia didáctica para el fortalecimiento de habilidades de comprensión lectora en los estudiantes de Cuarto Año, de Básica de la Unidad Educativa Paccha*, es un antecedente importante dentro de esta propuesta, ya que permite visualizar concepto claves sobre la narrativa transmedia en campos importantes como la educación, los investigadores utilizan una metodología descriptiva basada en la definición de la problemática, la recopilación y evaluación de la información propuesta, hasta llegar a la discusión de resultados que orienten de manera correcta el desarrollo y mejora del proyecto planteado.

El aporte de este trabajo a la presente investigación se basa en proporcionar herramientas basadas en los principios claramente definidos, que permiten el fortalecimiento de la comprensión lectora en sus diferentes niveles. El texto recorre los caminos de la implementación de estrategias para el estudiante que conocer el mundo narrativo en el que se enfoca la investigación actual; es decir, la comprensión que examina la tesis fundamenta el presente trabajo ya que se ve como determinar la historia que tiene un universo narrativo a su alrededor con: personajes, hechos, escenarios y tiempos. Se pudo entender que, al proponer la expansión de la historia según los principios de esta estrategia, se trabajan los tres niveles de comprensión lectora propuestos en el currículo lo que proporciona herramientas para crear la guía. (Aguilar, Astudillo, & Yaquilima, 2020).

2.2 Bases Teóricas

Según la definición de (Arias, 2012, pág. 45), “la fundamentación teórica hace referencia a un desglose extenso de conceptos y teorías que conforman el punto de vista para así poder sustentar de mejor manera el problema planteado”.

2.2.1 Comunicación

La comunicación humana posee una gran importancia para el desarrollo de la sociedad, ya que invita al contacto entre personas y produce una amplia

transmisión de información. Esto se logra cuando la comunicación está construida desde símbolos que permiten la comprensión y decodificación de pensamientos, conceptos, emociones, sentimientos, etc. Sin embargo, Mejía y Rodríguez (2005), indican que la comunicación es una herramienta importante dentro del desarrollo de las instituciones porque no sólo permite que se logren mejores resultados a nivel interno y externo entre los participantes de ésta; sino que contribuye a la consolidación de una cultura organizacional.

Muchas instituciones públicas y privadas han reconocido su importancia y constantemente buscan optimizar sus modelos de comunicación y planteamientos de abordaje, que les permitan acercarse a sus públicos internos y externos, mediante el mejoramiento de la gestión de la información. No obstante, en la actualidad es necesario adaptarse a las nuevas formas de interacción y optar por el uso de herramientas tecnológicas que permitan un mayor desarrollo de la comunicación.

Hoy en día, la comunicación se encuentra mediada por la transversalidad de las herramientas, dispositivos y metodologías tecnológicas que han permitido el fortalecimiento de una comunicación interactiva a nivel interno y externo de las organizaciones, lo cual ha dejado de lado las prácticas comunicativas lineales.

2.2.2 Tecnologías de la información

En la sociedad actual, es indispensable el uso sistemático de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), las cuales han llegado a convertirse en la principal fuente de aumento de la productividad y del crecimiento económico. Castells (1997), afirma que el mundo se encuentra en un nuevo modelo de desarrollo, al que denomina *sociedad informacional*, en lugar de una sociedad de la información o del conocimiento, debido a que se ha producido la transición desde el industrialismo al informacionalismo. Es decir, el proceso de información > conocimiento > comunicación > producción > información ha pasado a convertirse en el factor principal del crecimiento económico (Castells, 1997).

El desarrollo tecnológico ha producido cambios en los modelos de comunicación tradicionales. Provocando que se encuentre dentro de un nuevo escenario

comunicativo, el cual se encuentra marcado por la presencia de las TIC. Estas nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación cambian el funcionamiento e interacción de los usuarios, junto a sus modelos tradicionales de comunicación previamente utilizados. La aparición de estas nuevas tecnologías ha generado lo que Castells (1998) denomina *sociedad red*, que la define como “la nueva estructura social de la Era de la Información, basada en redes de producción, poder y experiencia” (Castells, 1998, p. 350).

De acuerdo con Trejo (2006), las tecnologías de la información han modificado las capacidades de propagación de los mensajes. La informática ha permitido la digitalización de los contenidos. De manera que, al ser procesados con carácter binario, los contenidos se pueden manipular, modificar, comprimir y compartir. Según el autor, la digitalización y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación permiten que todo tipo de mensajes puedan ser difundidos a cualquier lugar (Trejo, 2006).

Según Levy (2001), la digitalización presenta varias ventajas: las informaciones digitalizadas pueden ser transmitidas y copiadas casi indefinidamente sin pérdida de información, debido a que el mensaje original se puede reproducir casi siempre íntegramente, pese a las degradaciones ocasionadas por la transmisión o la copia, las informaciones codificadas en binario podrán ser traducidas (automáticamente) en el sentido inverso y manifestarse como textos legibles, imágenes visibles o sonidos audibles. De esta manera, las redes sociales permiten mantenerse informados de una manera inmediata, y han generado además un espacio abierto de opinión. Según Torrecillas (2012), las funciones de las redes sociales online son: Comunicación, porque ayudan a poner en común conocimientos, Comunidad, porque ayudan a encontrar e integrar comunidades, y cooperación porque ayudan a hacer cosas juntos. Para los usuarios, una de las principales ventajas de las redes sociales son que los mantienen conectados y comunicados con sus redes de contactos.

De este modo, Larequi (2015) en su análisis del uso educativo de las redes sociales, nos plantea que este uso, logra que los estudiantes desarrollen habilidades y aptitudes tales como la socialización, el trabajo en equipo o la importancia de compartir. Además, en su artículo web afirma que estas “ayudan

a profesores y estudiantes a tomar conciencia sobre la importancia de la identidad digital y los procesos sociales de participación, formación de la opinión y toma de decisiones que caracterizan a una sociedad avanzada y democrática” (Larequi, 2015, tomado de artículo web).

El presente estudio se acerca a determinar el impacto que puede generar la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación, y las narrativas transmedia en la comunicación de la Secretaría Metropolitana de Seguridad y Convivencia Ciudadana, para de esta manera evaluar el uso de estas nuevas herramientas comunicacionales y detectar posibilidades de mejora, para potenciar la interacción entre sus públicos, así como para fortalecer su cultura organizacional.

Investigaciones en torno al rastreo del concepto Transmedia y la terminología asociada al mismo se han mostrado complejas a la hora de generar una sola respuesta. Partiendo que su concepto es objeto de estudio asociado a la permanente transformación y evolución de las tecnologías de la informática y la comunicación digital, esta investigación lo asume como un campo abierto, polifónico y aún en exploración.

Ante esta perspectiva, Ruiz (2008) define el desplazamiento de los medios tradicionales de comunicación hacia los digitales mediante los conceptos de movilidad ectópica, la cual se produce, según el autor, con la universalización de los Mass Media y de los instrumentos electrónicos de información. Túñez y Costa (2014,) afirman que en la actualidad existe un nuevo tejido comunicativo, en el que las organizaciones pueden utilizar los medios sociales como un medio gratuito para darse a conocer y trabajar de cerca con sus públicos.

Por otro lado, Costa y Túñez (2014) analizan, desde una visión crítica, a las TIC con relación a la comunicación corporativa, y aseguran que la tecnología ha provocado cambios en los espacios de comunicación, lo que se puede evidenciar en la participación más activa de las audiencias. Ruiz (2008) asegura que la comunicación inalámbrica ha permitido la hipermovilidad de la comunicación, con lo que se ha multiplicado el espacio de los flujos y el tiempo atemporal.

Para profundizar, Costa y Túñez (2014), también manifiestan que la educación se enfrenta a la Web 2.0, donde las organizaciones pueden acceder a diferentes medios para comunicarse y captar la atención de sus públicos. “Bajo la denominada Web 2.0, las organizaciones tienen a su disposición nuevos canales donde encontrarse con sus públicos, además de tener que adoptar una nueva dinámica a la hora de proyectar reputación” (Costa y Túñez, 2004, pág. 184). Esta Web además permite que las personas o clientes compartan información y opiniones sin límites geográficos ni temporales. Ruiz (2008) plantea que la hipermovilidad de la comunicación, permitida por la comunicación inalámbrica, “ha multiplicado el espacio de los flujos y el tiempo atemporal” (Ruiz, 2008, pág. 21). Marc Weiser (1991, citado en Ruiz, 2008) asegura que, en la actualidad, las organizaciones operan dentro de las *Sociedades de red ubicua*, en las cuales, los ordenadores y aparatos tecnológicos facilitan las comunicaciones en cualquier momento y espacio.

Según Túñez y Costa (2014), los nuevos medios sociales tienden a utilizar contenidos en formato de imagen y video, debido a que estos se relacionan con la cultura visual en la que se encuentran. Sin embargo, cabe recalcar que a pesar de que los medios digitales permitan transmitir gran cantidad de información, “producir contenidos que fomenten la interacción es la mayor dificultad que surge en los programas de marketing de contenidos” (Handley y Chapman, 2012, citado en Giansante 2005, pág. 197). Por esta razón, se debe prestar mayor importancia a la calidad de los mensajes que se emiten. Giansante (2005) asegura que la calidad de los contenidos marca la diferencia. De manera que la producción de contenidos interesantes y de calidad permite captar la atención de los ciudadanos.

Los medios sociales permiten dar visibilidad de lo que realiza la institución, y abren la posibilidad de que los usuarios compartan estos mensajes. El autor también manifiesta que los mejores contenidos tienen las siguientes características: “divulgan información, ayudan a solucionar problemas, informan y conciencian a la gente y la enriquecen interiormente” (Ibidem, 1999, p. 35). Giansante asegura que, dentro de la producción de contenidos, es indispensable enfocarse en lo que les puede resultar interesante a los ciudadanos. Además, se

debe tomar en cuenta el valor que tiene la difusión de imágenes y videos en la web. Neher (2013) manifiesta que nuestra mente retiene mayor cantidad de información cuando es presentada de forma visual. “La producción de contenidos gráficos aumenta la interacción y la participación” (Neher 2013, citado en Giansante, 2005, pág. 229).

Para fortalecer el contexto anterior, Giansante (2005) afirma que las imágenes permiten generar mucha más interacción que otros formatos. Además, cabe considerar que “no hay fotografías buenas o malas, sino sólo fotografías que refuerzan o debilitan la imagen que se desea transmitir.” (Giansante, 2005, pág.227). Con respecto a los videos, Giansante (2005) asegura que son capaces de lograr gran cantidad de visualizaciones, interacción, y consenso.

De esta manera, citando a Lévy, expone que este tipo de consumo genera un proceso de construcción colectiva generada por la participación y la construcción de una inteligencia colectiva. En este cambio de producción y consumo, Jenkins (año) presenta la narración transmedia como “una nueva estética que ha surgido en respuesta a la convergencia de los medios, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos” (p, 31). El autor ve en la narración transmedia una posibilidad de crear mundos, los cuales se caracterizan por el intercambio de impresiones, por la colaboración entre productores y consumidores, y un esfuerzo creativo estimulado por las nuevas exigencias de los medios.

De acuerdo con Trilla Bernet, (1993), los procesos de formación en contextos extracurriculares adquieren especial vigencia, ya que, al ocuparse de programas y procesos de enseñanza no tradicional, responden a actividades que se planean y organizan intencionalmente con el objetivo de lograr aprendizajes centrados en necesidades particulares. De esta manera, dice el autor, se generan otras posibilidades educativas, refiriéndose particularmente a la animación sociocultural como una práctica que incorpora componentes educativos que pueden generar “efectos tales como cambios de actitud, asimilación de valores, incorporación de hábitos, aprendizajes, etc” (p, 115). En este sentido, es necesario plantearse la posibilidad de avanzar hacia escenarios menos instruccionales, con enfoque formativo, para formular nuevas propuestas en las

que pueda vincularse de manera más activa a la comunidad como agentes de participación social.

De acuerdo con lo que se ha dicho sobre las narrativas que posibilitan los medios y las TIC, éste podría ser un horizonte de formación interesante para explorar otras alternativas. Reconociendo la vital importancia que tiene la cultura educacional, es necesario apreciar las ventajas que traen consigo la incorporación de medios digitales. De manera que las direcciones de comunicación junto a los departamentos técnicos de información y soporte puedan optar por la utilización de narrativas transmedia.

2.2.3 Educomunicación

La educomunicación o educación en medios, también conocida como Media Literacy en el ámbito anglosajón, es una disciplina que trabaja en la integración de la enseñanza sobre y con los medios de comunicación. Siendo definida según Barbas (2012, p. 64), como “un campo de estudios teórico-práctico que conecta dos disciplinas: la educación y la comunicación”. Tras el interés e impulso inicial de los años 70 y 80, la educomunicación se convierte en un campo de estudios heterogéneo y plural.

Para Callejo (2008)

El alfabetismo en medios es un enfoque de educación para el siglo XXI. Suministra un marco de referencia para acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una diversidad de formatos (desde impresos hasta videos o Internet). El alfabetismo en medios conduce a la comprensión del papel que juegan los medios en la sociedad, así como a las habilidades esenciales de indagación y autoexpresión necesarias para los ciudadanos de una democracia. (Callejo 2008: p. 57)

Utilizando a la educomunicación como una herramienta que hace frente a la hegemonía de los medios, se va robusteciendo al cuerpo social a medida que se la ejercita. En 1973, el Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), dio la siguiente definición para designar a la educación en materia de comunicación:

Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares

para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía. (Morsy, 1984: p. 7).

Todas estas perspectivas permiten establecer entonces que la educomunicación fortalece los procesos sociales como una herramienta que supera a los medios y los discursos que responden a intereses políticos.

2.2.4 Pensamiento Narrativo

El humano vive en un mundo creado por historias. Aquellas que han marcado el acontecer de la existencia humana a través del tiempo y han sido determinantes para hoy comprenderlo, habitarlo y darse lugar en él (filogénesis); pero también se identifica con aquellas que dan cuenta de su propia existencia y le permiten contar su evolución y desarrollo personal (ontogénesis).

Habitando la historicidad humana individual y colectiva desde las narrativas que generan, se comprende que este elemento tan común a las vidas, pero a la vez tan universal a la existencia humana, determina una de las formas en que se construyen y dan sentido a la realidad, como lo propone Bruner (2003):

Somos fabricantes de historias. Narramos para darle sentido a nuestras vidas, para comprender lo extraño de nuestra condición humana. Los relatos nos ayudan a dominar los errores y las sorpresas. Vuelven menos extraordinarios los sucesos imprevistos al derivarlos del mundo habitual. La narrativa es una dialéctica entre lo que se esperaba y lo que sucedió, entre lo previsto y lo excitante, entre lo canónico y lo posible, entre la memoria y la imaginación. Y nunca es inocente. (Bruner, 2003, p. 38).

Entonces, “la tarea central de la narración es crear un mundo que, de significado a nuestras vidas, a nuestros actos, a nuestras relaciones” (Bruner, 2003, p. 49). Y la forma en la que se da un significado a la vida y se busca comprender la de otros, es mediante la narración de historias que permiten comprender lo diferente y único en el acontecer humano, desequilibrando lo establecido, o como Bruner (2003) lo denomina *canónico o normativo*.

2.2.5 Fenómenos de mediación, hipermediación y narrativas transmedia

Cuando aparece un nuevo invento o desarrollo tecnológico, las dinámicas propias de las comunidades cambian, transformando sus estilos de vida, las formas en que se relacionan, lo que piensan y construyen culturalmente o

sencillamente lo que sienten y comparten a través de los instrumentos creados para comunicarse.

Los medios de comunicación como lo propone Orozco (1997) que en conjunto para él

...son una inmensa agrupación de lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, lógicas empresas mercantiles, instrumentos de control y moldeamiento social; así como dinamizadores de la cultura o fuente de referentes cotidianos, representantes de la realidad y generadores de conocimiento, autoridad o legitimación política. Se convierten en maquinarias al servicio de intereses muy singulares que se reflejan en los comportamientos y las formas de percepción de las audiencias. (Orozco, 1997: p. 47).

En tal sentido, la influencia de los medios sobre las audiencias es un tema que se lo descubre desde los orígenes de la radio y la televisión, e implica niveles: emocionales, racionales, axiológicos o actitudinales. Y es en este contexto, en el que las audiencias se implican con diferentes roles: tienen el poder para significar y construir la producción material y simbólica que los medios ofrecen o pueden convertirse en “reproductoras auspiciadas por los medios, pasivas, acríicas, simplemente espectadoras” (Orozco, 1997, p. 55).

Caracterizar la función de los medios y los roles de las audiencias implica dirigir la atención hacia las interacciones que se suscitan entre ellos. A lo que Barbero (2003) denominó mediaciones. Entendidas según Orozco (1997) como el lugar desde donde se otorga sentido a la comunicación y en donde ésta a su vez se entiende como un “proceso humano, social y cultural que está adscrito a interacciones, sensibilidades, sociabilidades y tecnicidades” (Barbero citado por Amador, 2014, p.15).

Las mediaciones corresponden entonces a los procesos de producción, intercambio, distribución, interpretación y consumo cultural de la información, a través de los medios masivos de comunicación o mass media (cine, prensa, radio y televisión); que utilizan tecnologías electrónicas o análogas, en donde la difusión uno a muchos establece relaciones lineales de consumo entre el productor y la audiencia.

De otra forma, Durán (2014), plantea la transmedialidad como un código de la modernidad que el mundo de los negocios abraza con entusiasmo. Un fenómeno

de nuestra época en el que la hibridación de las corrientes de pensamiento, de procedimientos metodológicos y de avances científicos ha creado espacios de colaboración. Y en donde el objetivo es la mezcla de diferentes sistemas, estéticas, géneros o productos para satisfacer al público o consumidor, en un espacio de enriquecimiento global. La transmedialidad es pues, un modo de transmitir una experiencia a través de diferentes plataformas y formatos gracias al uso de las actuales tecnologías digitales. En esta modalidad, el receptor se convierte en co-creador, y eso hace posible un compromiso y un enganche en el que participar sinónimo de interactuar, se convierte en parte funcional de cualquier estrategia comunicativa.

En el ámbito de las industrias dedicadas a la producción de contenidos y el ámbito académico de los estudios sobre comunicación, se habla de un Sistema de relaciones Transmediales (Jenkins, 2006), en el cual se articulan y reconfiguran tres elementos fundamentales:

- Diversas formas narrativas y textuales, producto de las posibilidades que crea la industria del entretenimiento (Narrativa).
- Diferentes plataformas tecnológicas orientadas a la generación de servicios de comunicación de base colaborativa (Tecnológica).
- Nuevas y creativas formas de participación de los usuarios en la construcción colectiva de historias (socio-cultural).

Esta triple configuración que es al mismo tiempo: narrativa, tecnológica y socio-cultural, es la que constituye lo que Jenkins (2006) denominó *Fenómeno de Convergencia Mediática*. Fenómeno que tiene como escenario un ecosistema mediático pensado en clave inter y transdisciplinar, en el que las condiciones de producción e intercambio cultural demandan otras formas de pensar lo comunicativo. Como lo propone Jenkins (2006), un espacio que hace emergentes los nuevos usos, apropiaciones, reelaboraciones y resemantizaciones de los contenidos.

Por eso, Jenkins, recuperado en Scolari (2013) plantea que reducir las narrativas transmedia a una simple estrategia comercial de la industria cultural y del entretenimiento es un gran error de miopía académica y teórica, dado que las

Narrativas Transmedia están surgiendo en diferentes ámbitos productivos. Si bien existe una lógica que conduce a explotar económicamente un mundo narrativo, también hay otra que se sustenta en la colaboración, el remix y la inteligencia colectiva que no se funda en el lucro sino en la idea de compartir. Ambas lógicas se oponen, pero al mismo tiempo, se necesitan y realimentan mutuamente (Scolari, 2013).

Son entonces, estos procesos los que benefician el tratamiento de las narrativas y la capacidad co-creadora desde el ámbito edu-comunicacional, existiendo los recursos físicos y tecnológicos al alcance de todo, la labor formadora, es la de empoderar a las y los Promotores en la fascinante magia que envuelve “la palabra contada” a través de la producción colaborativa de Narrativas Transmedia.

2.2.6 Principios de la Narrativa Transmedia

Scolari (2013) retoma los siete principios de la narrativa transmedia, propuestos por Henry Jenkins:

1) Expansión vs Profundidad: la expansión se relaciona con la difusión de contenidos, a través de diferentes canales de comunicación. Actualmente, esto es posible con la viralidad en las redes sociales. Este concepto va de la mano a la profundidad, la cual es la búsqueda de mayor cantidad de información sobre las distintas narrativas.

2) Continuidad vs Multiplicidad: la continuidad tiene lugar cuando existe coherencia entre los distintos lenguajes, medios y plataformas a través de las que se difunden contenidos transmedia. La multiplicidad permite la creación de universos alternativos a las historias que se cuentan.

3) Inmersión vs Extrabilidad: los medios y plataformas permiten que los usuarios se introduzcan en las narrativas. La extrabilidad da la posibilidad trasladar los elementos de esas historias en la vida cotidiana de los usuarios.

4) Construcción de mundos: el storytelling transmedia construye mundos narrativos, a partir del mundo digital y real. De esta manera, las personas pueden utilizar cotidianamente, productos que fueron concebidos dentro de las historias

5) Serialidad: la creación de varios fragmentos de una historia se expande a través diversos medios, de forma complementaria, y no lineal.

6) Subjetividad: las historias pueden ser abordadas desde distintos puntos de vista de los distintos personajes e historias.

7) Ejecución: se lleva a cabo con la participación de los prosumidores, quienes difunden la narrativa, y generan nuevos textos.

2.2.7 Proceso de producción audiovisual

Las industrias Transmedia han supuesto un gran crecimiento a raíz de su fuerte capital financiero y sus controles de medios de comunicación. Sin embargo, Smith (2019) menciona que la sociedad contemporánea ha mostrado una particular capacidad de adaptación a dichos escenarios de medios múltiples y convergentes, muchos de estos asociados a cambios tecnológicos.

Por otro lado, Jenkins (2008) plantea que dicha convergencia se la puede avizorar a través de los cambios a nivel interno de las industrias mediáticas y culturales y, por ende, en los cambios sociales vinculados al consumo de medios. En dicho planteamiento, los dispositivos móviles adquieren todo el protagonismo, por su mayor capacidad demostrada para revolucionar los parámetros creación y consumo (Aguado y Martínez, 2008; Costa-Sánchez, Rodríguez-Vázquez & López-García, 2015).

Esta convergencia se la encuentra desarrollada en lo que Larrondo (2020) menciona como la consolidación de la web como plataforma de utilidad para trasladar al público audio y vídeo, además de ser en sí misma un medio eficaz para transmitir contenidos de actualidad e informativos. La aparición de teléfonos celulares logró impulsar mucho más los medios donde sus contenidos convergen y fluyen con facilidad de una plataforma a otra, respondiendo a los movimientos y el comportamiento de las audiencias conectadas (Canavilhãs & Rodrigues,

2017). Logrando que las aplicaciones móviles dejen de ser consideradas un nuevo soporte y se constituyan como un medio en sí mismas (Westlund, 2011).

Es así que la utilidad de los dispositivos móviles como elementos de producción de contenidos cobra mayor valor a la hora de plantearlos como parte de la construcción de narrativas transmedia desde talleres educomunicacionales, donde a su vez se piensa el proceso de producción audiovisual como algo fácil para los participantes empíricos.

Algunos de los dispositivos móviles que pueden ser utilizados en este tipo de talleres son: teléfonos celulares, computadoras portátiles, tablets, entre otros. Según Morillo (2010), las principales características de estas herramientas son:

- 1) Movilidad: pueden ser transportados con facilidad de un lugar a otro. Además, pueden ser utilizados durante su transporte, ya que sus baterías portables y recargables permiten su manipulación, sin la necesidad de la conexión a una fuente de energía.
- 2) Tamaño reducido: las personas pueden utilizarlos sin la necesidad de utilizar un soporte.
- 3) Comunicación inalámbrica: los dispositivos pueden enviar o recibir datos sin la necesidad de un enlace cableado (Morillo, 2010:9).

Estas características se evidencian principalmente en los smartphones, los cuales son primordiales al momento de producir y reproducir contenidos transmedia, debido a que los promotores de erradicación de violencia y los asistentes a los talleres poseen estas herramientas, y ya están familiarizados con la toma de fotografías o grabación de videos, ya que lo realizan de manera frecuente para uso personal. Sin embargo, la creación de contenidos para la generación de historias transmedia requiere plantear una base de conocimientos mínimos, en torno al lenguaje audiovisual, que puedan facilitar el proceso y consolidar la narrativa. Dichos componentes básicos son:

El plano: de acuerdo con Villafañe (2000), es la unidad mínima del lenguaje audiovisual con significado propio. Se clasifican de acuerdo a la porción de realidad que toma la cámara. Los principales planos sugeridos para la creación de contenidos transmedia son:

- 1) Plano general: muestra el entorno que rodea al sujeto u objeto, como un amplio escenario. Generalmente es utilizado para describir a los personajes dentro del escenario en el que desarrolla la acción.
- 2) Plano medio: muestra al sujeto desde la cabeza hasta la cintura.

Movimientos de cámara: según Villafañe (2000), se relacionan con el desplazamiento físico u óptico de la cámara, con el objetivo de construir una narrativa visual. Los principales movimientos que pueden realizar los participantes del taller son:

- 1) Panorámico: se realiza con un giro de la cámara sobre su propio eje; ya sea en sentido vertical, horizontal u oblicuo.
- 2) Zoom: permite que los personajes u objetos se acerquen o se alejen en la toma, sin la necesidad de desplazar la cámara.

2.2.8 Distribución de contenidos transmedia

La comunicación digital permite que los contenidos transmedia puedan ser distribuidos a través de varias plataformas digitales, y puedan ser consumidos por gran cantidad de públicos. La guía didáctica contiene metodologías educacionales que orientan a los participantes en la creación y publicación de varios tipos de mensajes como: texto, fotografías, audios, o videos.

De acuerdo con Acuña & Caloguerea (2012), una plataforma es aquel medio de comunicación o dispositivo material o virtual que permite el envío, descarga o publicación de contenido en forma pública o privada. Las plataformas que se utilizarán para distribuir los contenidos producidos por los participantes de los talleres son: Whatsapp, Facebook e Instagram. Estas redes sociales han sido seleccionadas porque multiplican las posibilidades de exhibición y explotación de la información. Además, son compatibles con sus dispositivos móviles, desde los cuales, los públicos pueden generar, enviar y consumir contenidos transmedia.

2.2.9 Género y roles de género

El artículo 155 del Código Orgánico Integral Penal (COIP) de Ecuador establece que la violencia contra la mujer es un delito, y la define de la siguiente manera: “se considera violencia toda acción que consista en maltrato físico, psicológico o sexual, ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar” (COIP, 2014). Esta violencia se deriva de la falta de educación en temas de género. Butler (2001) lo denomina como el conjunto de prácticas corporales, lingüísticas, habilidades, formas de vestir, que se atribuyen socialmente a los sexos socialmente admitidos: hombre y mujer.

La construcción de las prácticas que se atribuyen a las personas, en base a su sexo, es social e histórica. De manera que los roles de género asignados son vistos como normales. Es decir, por ejemplo, se ha naturalizado que los quehaceres domésticos deban ser realizados por las mujeres, y no por los hombres.

Dentro de este contexto, Andrade (2001), se refiere a la heteronormatividad, como producto del pensamiento binario que inaugura la modernidad, con otras construcciones como la homosexualidad, la masculinidad como universal y la masculinidad hegemónica. Para poder entender la existencia de masculinidades hegemónicas, situadas en tiempos y lugares determinados, que ponderan ciertas competencias y características asociadas a lo masculino, es necesario partir de la conceptualización de la norma hétero, que propone al binario complementario hombre/mujer como única posibilidad. La heteronormatividad, es una instancia de regulación binaria de género, todo lo que se escape de él, es penalizado. Butler (2006), afirma que:

La heterosexualidad es un discurso restrictivo de género que insiste de forma permanente en el binario del hombre y la mujer “como la forma exclusiva de entender el campo del género... que naturaliza el caso hegemónico y reduce la posibilidad de pensar en su alteración. (Butler, p. 70)

Desde esta perspectiva teórica la heteronormatividad encuentra su mayor fuerza en la definición de lo masculino y de lo femenino como complementario, pero su pilar es la masculinidad, que se construye como superioridad en medio de una

tradición patriarcal. La masculinidad es leída como punto de partida de las lógicas de género, como completitud e incluso como privilegio.

Por lo tanto, Andrade (2001), afirma que la violencia es característica de hombre heteronormado, por otro lado, la masculinidad también es planteada por él como validación homosocial. Es decir, como la aceptación de los hombres frente a otros hombres ante quienes prueban de forma permanente su virilidad y recalcan sus logros. Es un juego de competencia y aprobación mutua y constante. Andrade (2001), menciona que la homosocialidad expresa una tensión entre el deseo de establecer relaciones entre hombres y la mantención del orden heterosexual como marco dominante, proponiendo que:

“la agresividad del lenguaje de hombres es un aspecto del carácter homosocial, la interacción y la agresividad y violencia implicadas en el lenguaje y gestos, no se relacionan solamente a condiciones estructurales, sino igualmente a las demandas puestas sobre los sujetos por el orden heterosexual y a como tales demandas deben ser representadas públicamente para desplazar a la homosexualidad y no oposición, caracteriza las relaciones entre hombres.” (Andrade, 2001, p. 28)

Estas masculinidades se muestran como el punto de partida desde donde se han catalogado carentes las identidades femeninas y homosexuales; estas se presentan como límite necesario, considerando que la homosexualidad es más bien tolerada y parece ser desplegada públicamente sin mayor revuelo, por lo menos bajo circunstancias festivas.

A partir del enfoque teórico que propone Butler (1993), se entiende al sistema de normas, y dentro de este, al binario de género, como una construcción conflictiva e inestable. Este sistema hace que en los seres humanos exista una permanente citación de la norma, de la disciplina del comportamiento de cada uno de los sexos.

Para profundizar, (Andrade, 2001), plantea también la idea de performance y asegura que:

Performance, por lo tanto, no significa meramente actuación o repetición de un guion preestablecido. En la puesta en escena, esto es, en la referencia pública, en el mínimo y máximo de detalles de cómo los hombres se relacionan con otros hombres y también con las mujeres, los significados precisos son tanto afirmados cuanto creados (Andrade, 2001, p. 115).

2.2.10 Guía didáctica y audiovisual

Las guías didácticas son instrumentos que promueven la interacción, conducen a los beneficiarios, a través de varios recursos, estrategias, hacia el aprendizaje autónomo, porque (García, 2002, p. 241) menciona que, “Es el documento que orienta el estudio acercando a los procesos cognitivos al material didáctico, con el fin de que pueda trabajarlos de manera autónoma”.

Esta es una herramienta que sirve para orientar analíticamente el desarrollo del aprendizaje autónomo, sirviendo como algo que tutela, rige y orienta. Una guía puede ser el documento que incluye principios o procedimientos que encaucen una cosa o el listado con informaciones relativas a un asunto específico. Hay que recordar que la palabra GUÍA proviene del gótico vitan que significa vigilar u observar. A partir de estas definiciones, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto.

Conociendo algunas puntualizaciones sobre diseño, se dice que es un proceso o labor a proyectar, coordinar, seleccionar, organizar un conjunto de elementos con la intención de producir o crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Se cita una de las definiciones que toma Reigeluth (1999, p. 54), quien dice: “Una teoría de diseño educativo es una teoría que ofrece una guía explícita sobre la mejor manera de ayudar que la gente aprenda y se desarrolle”.

2.2.10.1 Etapas para elaborar una Guía Didáctica Multimedia

Como propone (Valverde, 2000) en la fase de diseño de un material didáctico multimedia se debe seguir la siguiente secuencia:

a) Análisis de la situación y medidas a tomar.

Ver que contenido se debe tratar.

Determinar audiencia.

Establecer los objetivos lúdicos.

Calificar los recursos materiales y humanos.

Elegir el medio de expresión.

Estimar la duración del material audiovisual.

b) Planificación y temporalización del proceso.

Determinación del tiempo disponible para la realización de la herramienta.

Inspección de recursos disponibles.

c) Desarrollo del producto audiovisual.

Definir los objetivos.

Organizar el contenido.

Elaboración del guion audiovisual.

En base a lo expuesto se puede resumir el proceso en tres pasos:

El primero paso a desarrollar, es la selección del tema, el cual debe ser claramente definido, con esto se recopilará el contenido que se va a presentar en el medio audiovisual, se deben tener en cuenta aspectos como el interés del destinatario, la actualidad del tema, y el acceso a información, se recomienda para esto hacer uso del mapa conceptual, lo cual permite organizar la temática de forma reflexiva y creativa ayudando al posterior diseño del guion multimedia.

El segundo paso, es definir las motivaciones, necesidades, nivel educativo, conocimiento previo y edad de quienes van a hacer uso del material didáctico multimedia, realizar este paso de forma correcta permitirá diseñar y elaborar la presentación de los contenidos correctamente adaptados evitando entregar información descontextualizada.

Por último, el tercer paso, determinar cuáles son las metas o finalidades educativas que persigue el material multimedia, estas deben ser realistas y deben estar estrechamente relacionadas con el producto audiovisual, para esto se debe tener en cuenta la disponibilidad de los recursos humanos y materiales que se van a emplear.

2.2.10.2 Estructura de una Guía Didáctica Multimedia

Según (Molina & Contreras, 2011), para estructurar una guía didáctica multimedia; se sugiere que la organización debe tener los siguientes elementos:

- a) Portada de presentación: Señala el título de la temática, la asignatura, el nombre de la universidad y el número de las unidades contenidas.
- b) Portada secundaria: Contiene los datos de identificación de los autores (nombres, apellidos, teléfonos y dirección electrónica).
- c) Introducción: Plantea la finalidad de la guía y motiva a la participación.
- d) Objetivos: Precisa en términos de objetivos de aprendizaje las competencias que se deben lograr al finalizar la experiencia educativa.
- e) Índice de Contenidos de la Unidad: Desglosa de manera secuencial y esquemática los contenidos instruccionales que conforman la respectiva unidad.
- f) Bibliografía: Indica las referencias bibliográficas de los autores consultados.
- g) Desarrollo de los temas: Comprende la explicación de cada tema; se presentan los contenidos teóricos en un lenguaje sencillo que plantea la información esencial requerida para el dominio cognoscitivo. La disertación se apoya en estrategias como resúmenes, ilustraciones, mapas conceptuales y cuadros.
- h) Ejercicios prácticos: Permiten evaluar lo aprendido para gestar procesos meta cognitivos que contribuyen con la consolidación de los conocimientos

estudiados. Mediante su solución el estudiante verifica su grado de dominio de las competencias y habilidades cognitivas planteadas como meta instruccional.

i) Autoevaluación: Ejercicios para verificar el dominio de los contenidos mediante preguntas de pareo, de respuesta alterna y de opciones múltiples. Inmediatamente se ofrece la clave de corrección a los ejercicios propuestos en la autoevaluación.

2.2.11 Marco Legal

En este apartado se busca fortalecer con diferentes artículos de leyes del Ecuador la viabilidad de esta investigación.

En el artículo 35 de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, se declara: [...] “Art. 35. – Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. – Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo”. (Ley Orgánica de Comunicación LOC, 2013, pág. 8)

En el artículo citado se establece que todas las personas tienen derecho, de acuerdo con la Ley Orgánica de comunicación, de acceder, de capacitarse y de hacer curso de las tecnologías de información y comunicación para potenciar sus prácticas en el sector que se desenvuelva.

Por otro lado, dentro del proceso de esta tesis se debe tomar en cuenta las siguientes leyes que protegen a las personas, especialmente a los más vulnerables, de difundir sus imágenes sin consentimiento o en mal uso de las mismas.

El artículo 32 de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la protección de las imágenes de niños y adolescentes establece:

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. – “Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna. Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y 25 adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros. La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia,

será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral” (Ley Orgánica de Comunicación LOC, 2013, pág. 8).

Reglamento de la LOC:

Art. 13.- Protección a la identidad e imagen. - No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho posiblemente delictivo o en la investigación y el procesamiento judicial del mismo. La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de cualquier persona que haya sido víctima de un delito de violencia sexual o violencia intrafamiliar. Se exceptúan los testimonios de personas adultas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que esto tenga la finalidad de prevenir el cometimiento de este tipo de infracciones (Ley Orgánica de Comunicación LOC, 2013, pág. 11)

Estos reglamentos proporcionan una guía para el presente proyecto ya que se debe tomar en cuenta los lineamientos que nos permiten entender que la comunicación es parte fundamental de los procesos humanos y que por ende servían de herramienta, en este caso, para mermar la violencia. Pero, por otro lado, al utilizar imágenes, fotografías, vídeos se debe recordar las normas establecidas para el respeto de las personas en todo sentido, especialmente a los y las más vulnerables.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA EMPLEADA

En el presente capítulo se establecerán los elementos metodológicos del trabajo que en este caso será cualitativo - cuantitativo, donde se trabajará una recolección de información científica, la misma que adquiere importancia en el sustento teórico a la información recopilada o generada a partir de la investigación.

Arias citado en Azuero (2001, p. 56), manifiesta que el marco metodológico “es el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Es decir, toda la información recolectada por medio de la utilización de estrategias o técnicas debe ser organizada, ordenada, y analizada, con el fin de interpretar datos que permitan brindar el sustento necesario para el desarrollo del proyecto de innovación propuesto.

El proceso está dirigido a estudiar el diseño y la aplicación de una Narrativa Transmedia a través del uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en tal sentido el enfoque metodológico permitió el cumplimiento del objetivo general de este estudio, el cual es, Implementar una narrativa transmedia en la generación de contenidos sobre roles de género, en los talleres de los Promotores de Prevención de violencia de género del Municipio de Quito a través de un análisis teórico y la puesta en marcha de diagnósticos de campo.

3.1 Metodología de la investigación

3.1.1 Naturaleza de la Investigación

Según (Mendoza & Hernández, 2018), el estudio de la investigación se basa en tres enfoques: cuantitativo, cualitativo y mixto. La presente investigación está clasificada como mixta, ya que ofrece los elementos sustanciales para la recopilación de datos y colocar en escena la guía adecuada.

Desde esta perspectiva se debe añadir nuevamente la propuesta de Mendoza y Hernández (2018), quienes definen que la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus amenazas potenciales

Para fortalecer lo anterior se entiende además que, la presente investigación trabajará el método mixto que representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio, proceso que se lo establece a lo largo esta propuesta (Mendoza & Hernández, 2018).

De manera que, a partir de la información obtenida a través del enfoque cuantitativo, y la aplicación de técnicas propias del cualitativo, se puede realizar interpretaciones sobre la aplicabilidad en procesos edu-comunicacionales de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

En primera instancia, se utiliza el enfoque cuantitativo que, según Hernández, Fernández & Baptista (2006), permite reflejar de una manera neutral la realidad, diseñada a partir del proceso contextual y en escenario, se recolectará información a partir de técnicas como la entrevista y la encuesta que luego serán analizadas.

En un segundo momento, se utilizará el enfoque cualitativo, que de acuerdo con Blasco y Pérez (2007), este tipo de investigación estudia la realidad en su contexto natural y permite el análisis fenomenológico.

3.1.2 Población y muestra

En la presente investigación al tratarse de una población finita se asumió como muestra la totalidad de la población, tal y como lo define Briones (2002), “[...] es el conjunto de unidades que componen el colectivo en el cual se estudiará el fenómeno expuesto en el proyecto de investigación [...]” (p. 57). Por tal motivo,

el presente estudio tiene como población y muestra a los 7 Promotores de erradicación de la violencia de la Secretaría de Seguridad del Municipio de Quito.

Desde la perspectiva cualitativa, se establece un análisis descriptivo de teorías y referentes bibliográficos que sustenten el proceso para la realización de la guía en el campo transmediático. Por otro lado, las TIC que se van a estudiar son: Facebook, Whatsapp, Instagram y página web de la institución. Estas plataformas visuales son significativas para este análisis porque permiten observar unidades de análisis como: fotografías, videos, estadísticas, anuncios, noticias, reportajes y demás que se publican por la Secretaría general de Seguridad y Gobernabilidad del Municipio de Quito para la erradicación de la violencia de género en la ciudad.

Para fundamentar, el análisis cuantitativo, el estudio está basado en el escenario donde se trabajará mismo que se da dentro de la Secretaría general de Seguridad y Gobernabilidad del Municipio de Quito, en la Dirección Metropolitana de Gestión de los Servicios de atención a víctimas de violencia intrafamiliar, género, maltrato infantil y violencia sexual. Quienes desarrollan acciones orientadas a prevenir que la violencia de género suceda, por otro lado, también detectan posibles casos para ser atendidos en los servicios gratuitos municipales. Ellos proponen realizar acciones de carácter informativo, con el fin de brindar información a la ciudadanía sobre los servicios municipales para prevenir y atender a las víctimas de violencia de género. Los promotores que proporcionarán información fueron seleccionados intencionalmente mediante la solicitud de representantes de los principales Centros de Equidad y Justicia de Quito.

Además, la Secretaría implementa procesos de capacitación a poblaciones cautivas o grupos humanos con quienes se puedan generar espacios de reflexión y desarrollo de habilidades para la sensibilización frente a la violencia, capacitación en rutas y protocolos de denuncia, entre otros temas; finalmente, coordinan redes con el fin de fortalecer la cobertura en territorio para detectar y atender posibles casos de vulneración. El equipo de trabajo humano es amplio y los principales técnicos ejecutores de trabajo en territorio son llamados Promotores.

3.1.3 Técnica e instrumentos

Desde el enfoque cuantitativo, la técnica de recolección de datos a ejecutarse en la presente investigación es la encuesta, Rojas, Fernández & Pérez (1998, p. 40), la define como un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recogen y analizan una serie de datos de una muestra de caso representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Según Arias (2012) “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar la información obtenida mediante el proceso de recolección de datos” (p. 33). Partiendo de este concepto el primer instrumento que se utilizó para la realización de encuestas en forma escrita, es un cuestionario, con de 12 preguntas dicotómicas y de respuesta abierta, las cuales tendrán que ser respondidas por los Promotores.

Para mayor profundidad en los instrumentos visualizar en el anexo A la encuesta 1 y en el anexo B la encuesta 2.

En un segundo momento, utilizando el enfoque cualitativo, se emplea la técnica de la entrevista, que según Alonso (2007), es una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, pre-codificado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación. A partir de esto, se puede decir que esta técnica permitirá direccionar estratégicamente las preguntas necesarias para conocer la información suficiente que facilite conocer cómo se maneja la enseñanza de temas de género.

Para ahondar, la entrevista se basó en interactuar con los actores principales del trabajo de investigación que son los Promotores de erradicación de la violencia de género, por lo cual previamente se realizó un guion de 12 preguntas, para así

tener las pautas para realizarlas mismas, con el apoyo de una grabadora, con el objetivo de registrar la información obtenida por parte de los promotores.

Para mayor profundidad del instrumento visualizar en el anexo C el cuestionario de la entrevista.

3.1.4 Validez del Instrumento

Una vez planteado los instrumentos, se procede a la validación de expertos, donde se le aplico los instrumentos de validación a 3 expertos del área de investigación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, para lo cual se utilizaron los cuestionarios anexos, ver ANEXO C1, C2, D.

El perfil de los 3 expertos responde a un Docente en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, una Docente Mg. Investigación Educativa y una Docente/Investigadora en el área de Comunicación.

3.1.5 Procedimiento de análisis de datos

Una vez terminadas las etapas de recolección de datos, se inició con otra de las fases de la investigación, el análisis de datos, en esta etapa se determinó como analizar los datos y que herramientas de análisis estadístico eran adecuadas para éste propósito.

Para el momento cuantitativo, El análisis de datos como lo plantea Hernández, Fernández y Baptista (2014) “[...] el análisis cuantitativo de los datos se lo lleva a cabo por computadora y ordenador [...]” (p.408). Dentro de la investigación se examinó los datos en bruto con el propósito de sacar conclusiones sobre la información propuesta en las encuestas, utilizando el programa Excel, se usó la estadística descriptiva a través de tablas de frecuencia y gráficos, ver ANEXO G.

En cambio, en lo cualitativo según Hernández, Fernández, y Baptista (2014)

Por lo general, el análisis no se inicia con ideas preconcebidas sobre cómo se relacionan los conceptos o variables. Conforme se van reuniendo los datos verbales, en texto y/o audiovisuales, se integran en una base de datos, la cual se analiza para determinar significados y describir el fenómeno estudiado desde el punto de vista de sus actores. Se conjuntan descripciones de participantes con las del investigador (p.12).

Dentro de la investigación se transcribió todas las entrevistas realizadas para luego poder categorizar cada una de ellas de acuerdo a la importancia que se le fue dando, para finalmente poder triangularlas en la investigación. Para el análisis de las entrevistas, ver ANEXO H.

Por lo expuesto anteriormente se observa que se utilizó dos procedimientos para el análisis de datos como son la estadística y la categorización para luego de obtener las diversas informaciones se realizó un proceso de triangulación.

3.2 Metodología del Producto

Para la realización de la metodología del producto se trabajó en el diseño de la guía didáctica como instrumentos que promueven la interacción y conducen a los beneficiarios, a través de varios recursos y estrategias, hacia el aprendizaje autónomo. “Es el documento que orienta el estudio acercando a los procesos cognitivos al material didáctico, con el fin de que pueda trabajarlos de manera autónoma”. (García, 2002, p. 241)

De esta manera el proceso de elaboración de la guía se lo llevó a cabo en diferentes etapas:

1. Fase de recolección de información y testimonios de los Promotores de erradicación de la violencia.
2. Fase de elaboración de la guía didáctica y digital, y planeamiento sobre el orden que llevará toda la información.
3. Fase de difusión, todo el trabajo editado y ya exportado comenzará la difusión sobre la problemática.

Además, para enlazar las fases de la elaboración del producto es necesario considerar las etapas de Preproducción, Producción y Postproducción, mismas

que fueron construidas en base a una escaleta de contenidos que se detallan a continuación:

3.2.1 Fase de recolección:

Levantamiento de información y análisis de este material de forma ordenada y dinámica.

Incluye una serie de etapas previas como:

- Selección de los contenidos narrativos transmedia.
- Tratamiento audio visual
- Guion literario y guion técnico
- Evaluación de guiones
- Textos y diálogos localizaciones

3.2.2 Fase de elaboración:

En la siguiente fase de elaboración, se trabajó con los equipos que iban a usar para la realización de los videos. En esta fase se procuró no solamente abarcar el uso técnico de las herramientas como cámara, luces, micrófonos y software de edición, sino que también se realizó un ejercicio de edición simple de la pieza audiovisual que acompaña a la guía.

Mientras que la guía se la editó en el software InDesign, planteándolo desde el esquema propuesto y con la utilización de imágenes de uso libre de derechos de autor.

3.2.3 Fase de difusión

Para esta fase se propuso que la distribución de la guía se la realice mediante la planificación de actividades y talleres en territorio por parte de los promotores de erradicación de la violencia del Municipio, de esta manera se evidenciará que la propuesta es totalmente consistente con la búsqueda de mejora que tiene el programa de la institución pública con la que se trabajó la presente investigación.

Mientras que los contenidos creados en los talleres educomunicacionales se los distribuirá en base al diseño desarrollado por las y los participantes en la propia guía.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Tomando en consideración que el presente trabajo de titulación tiene un enfoque mixto, que según Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifiestan que “Para analizar los datos, en los métodos mixtos el investigador confía en los procedimientos estandarizados y cuantitativos (estadística descriptiva e inferencial), así como en los cualitativos (codificación y evaluación temática), además de análisis combinados” (p. 574). Por lo tanto, se aplicaron técnicas para cada método implementado, en lo cuantitativo se aplicó tabulación de los datos con el fin de determinar el comportamiento de la información obtenida al realizar las encuestas a los promotores, para así poder comprender de mejor manera la importancia de la guía, a su vez para lo cualitativo se procesaron las entrevistas a través del análisis del discurso y la categorización.

Adicionalmente, en el presente capítulo de investigación se presenta el desarrollo descriptivo de la guía didáctica basada en contenidos transmedia, como parte fundamental de la metodología de talleres edu-comunicacionales, en el caso particular de los promotores de prevención de violencia de género de la Secretaría Metropolitana de Seguridad y Convivencia Ciudadana, del Municipio de Quito. A lo largo del trabajo, se analiza la implementación de una narrativa transmedia en los diferentes procesos de enseñanza y comunicación de los talleristas hacia los públicos externos de la institución. Además, se describen los elementos que integran la narrativa transmedia aplicada con temática de roles de género, y se identifica las debilidades y fortalezas culturales del programa.

4.1 Violencia contra la mujer desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género del Municipio de Quito.

Una vez que se ha realizado la recopilación y registro de datos, en los siguientes apartados se muestran los resultados obtenidos en la aplicación de un cuestionario como instrumento cuantitativo, que busca identificar información

sobre el programa de erradicación de la violencia contra la mujer desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género (PPVG) del Municipio de Quito.

Para el cumplimiento del objetivo enunciado, una vez aplicado el cuestionario descrito en el capítulo 3 (Anexo A1 y A2), se analizó empleando la estadística descriptiva, realizando tablas de frecuencia y gráficas, de las cuales se obtuvo lo siguiente.

4.1.1 Resultados de la encuesta, método cuantitativo.

Mediante los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los promotores encuestados conocen los programas de prevención de violencia de género del Municipio de Quito. Este resultado demuestra que la totalidad de los promotores conocen en lo que consisten los programas planteados por el Municipio para erradicar la violencia de género en la ciudad (ver anexo G, tabla 5 y gráfico 1).

Así mismo, los resultados de la segunda pregunta (ver anexo G tabla 6 y el gráfico 2), la cual plantea señalar una o varias opciones que indiquen mediante qué procesos de comunicación interna del Municipio, los promotores, han podido conocer los programas de prevención de violencia, obteniendo que, el 43% respondió que los conoce a través del programa de información, el 29%, mediante el programa de comunicación, el 29% programa de prácticas culturales, el 14% mediante el programa de voluntariado y el 14% otros. Reconociendo que es más factible para ellos recibir datos de los programas de prevención de violencia mediante programas de información.

Mientras que examinando la tercera pregunta (ver anexo G, tabla 7 y el gráfico 3), la cual plantea que, si les gustaría recibir información más específica sobre los programas de prevención de violencia de género del Municipio, se puede observar que el 100%, estarían gustos de recibir información más detallada que les permita reconocer a profundidad las actividades y no solo en modo publicitario.

De esta manera, los resultados de la cuarta pregunta (ver anexo G, tabla 8 y el gráfico 4), la cual plantea a través de una selección múltiple los medios por los

que les gustaría recibir información sobre programas de prevención de violencia de género del Municipio. Donde los encuestados responde en un 86% que considera recibir información mediante la red social de Facebook, el 71% mediante carteleras, el 57% a través de mensajes de WhatsApp, contenido de la red social de Instagram y vía páginas web, por otro lado, el 43% concibe recibirla mediante Twitter, el 29% mediante la utilización de herramientas de Google y el 14% vía mails (correos electrónicos) u otros medios. Esto permite reconocer que los promotores consideran necesario la utilización de Redes Sociales y Carteleras para la recepción de información de los programas de prevención de violencia, logrando de esta manera hacer pública y replicable toda información.

Por otra parte, los resultados de la quinta pregunta (ver anexo G, tabla 9 y el gráfico 5), la cual plantea conocer con qué frecuencia les gustaría recibir información sobre los programas prevención de violencia de género a los promotores. Los resultados obtenidos muestran que al 43% le gustaría recibirla una vez a la semana, al 29% todos los días, coincide el 14% una vez cada quince días o una vez al mes y a ninguno de ellos anualmente. Esto confirma que a ellos les gustaría recibir información de manera semanal y no tanto diariamente o en tiempos mayores a una semana.

Para con ello, obtener los resultados de la sexta pregunta (ver anexo G, tabla 10 y el gráfico 6), la cual plantea conocer el tipo de contenidos que les gustaría recibir acerca de estos programas a través de la selección de múltiples opciones a cada encuestado. En este, se puede reconocer que el 57% tienen la necesidad de recibir contenidos mediante noticias, boletines informativos, infografías y recordatorios de eventos y reuniones, mientras que el 29% a través de fotografías e historias de vida.

Finalmente, se presentan los resultados de la séptima pregunta (ver anexo G de la tabla 11 y el gráfico 7), la cual plantea a los encuestados, mediante una selección múltiple de opciones, conocer en qué programa les gustaría apoyar. Obteniéndose que, de la totalidad de los resultados, el 57% respondió que le gustaría apoyar al programa de información, el 43% al programa de prácticas Culturales, y el 14% a los programas de voluntariado, Comunicación u otros.

Reconociendo que su implicación en dichos procesos la ven más oportuna en el programa de información.

Concluyendo así, que la investigación es viable a medida que los resultados en las tabulaciones muestran que la implementación de nuevas metodologías de comunicación para el trabajo de los promotores es totalmente necesario ya que implicaría una vinculación entre el uso de nuevas tecnologías, acciones culturales y espacios de difusión acordes a sus intereses, denotando que es prudente desarrollar una eficaz, innovadora y actual metodología que vincule sus intereses, comportamientos y necesidades para ejecutar programas de información en el Municipio y las dinámicas de su trabajo.

4.1.2 Resultados de la entrevista, método cualitativo.

Una vez que se ha realizado las entrevistas a los actores sociales, cada una de estas, fueron transcritas (ver anexo H), para a posteriori analizarlas y encontrar las siguientes categorías que emergieron: objetivo del programa, estrategias de comunicación, medios de comunicación, difusión de las campañas de comunicación y contribución con el programa, lo que lleva a identificar la categoría central como prevención de violencia contra la mujer, para lo que se definen a continuación:

4.1.2.1 Categoría: Objetivo del programa.

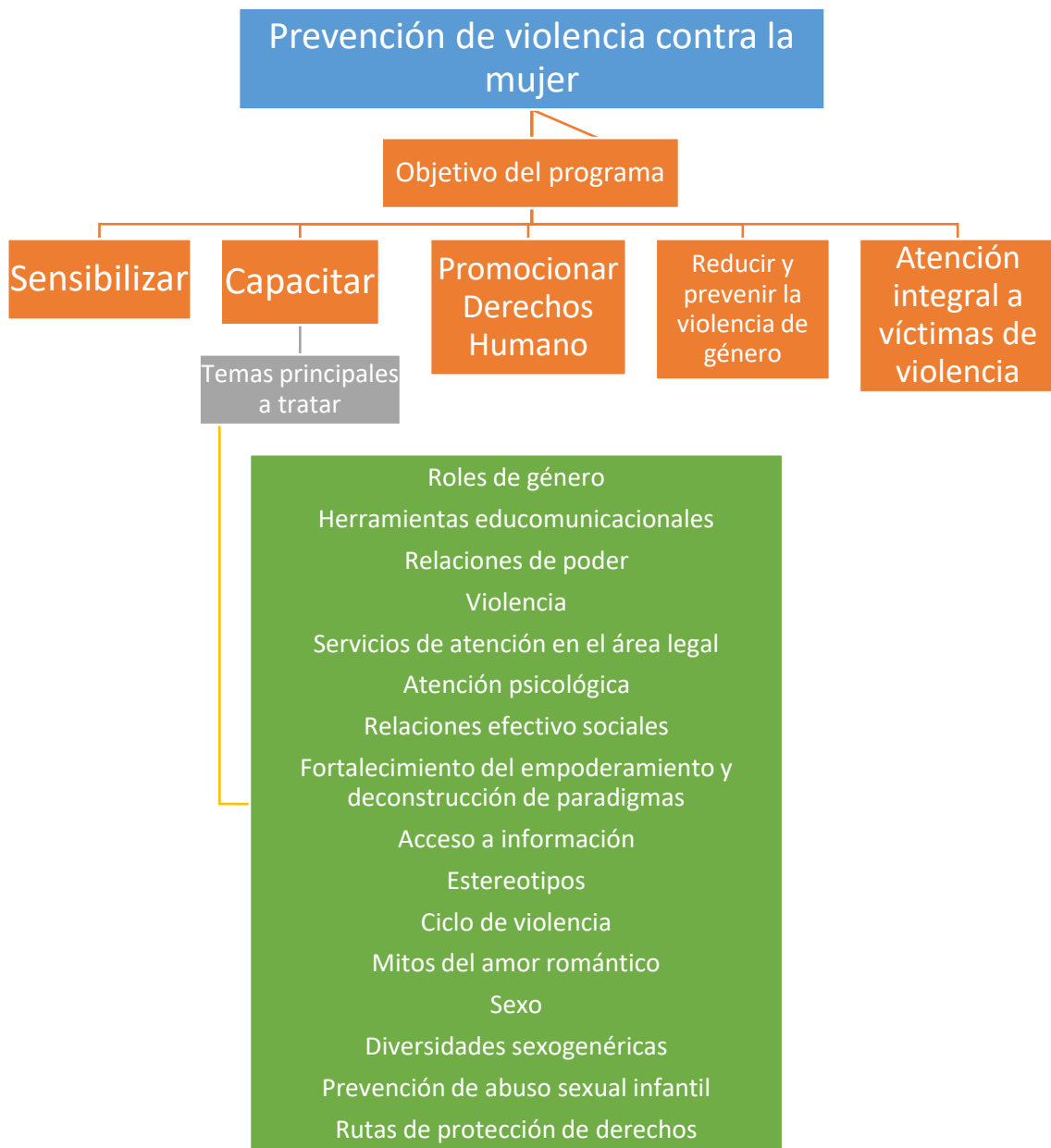


Figura 1. **Objetivo del programa.** Fuente: **Elaboración propia, 2021.**

El Objetivo del programa es sensibilizar, capacitar, promocionar Derechos Humanos, reducir y prevenir la violencia de género y atención integral a víctimas de violencia.

Para lograr posicionar la implementación del programa se han propuesto usar medios de comunicación tradicionales, artísticos, actividades en exteriores, medios didácticos y nuevos medios, debido a que no hay un desarrollo y seguimiento de estrategias comunicacionales, pero se requiere crearlo para abordar temas como estereotipos, relaciones de poder, violencia, ciclo de violencia y mitos del amor romántico.

El cúmulo de experiencias que los promotores de prevención de violencia de género tienen, les ha llevado a que puedan considerar varias ideas objetivas de lo que es el trabajo en campo con víctimas de violencia, y es desde ahí que su propuesta siempre ha sido encaminada a trabajar desde la difusión y promoción de los Derechos Humanos. Es así que una de las Promotoras entrevistadas nos indicó que, desde hace más de 10 años, dentro del trabajo de atención integral a víctimas de violencia, la promoción de derechos humanos es sustancialmente importante, pero eso no podría sostenerse si no existiera una atención integral desde la psicología, el trabajo social y el área legal para personas que viven situaciones de violencia.

Mientras que otra Promotora nos indicó que la atención a víctimas de violencia debe ser prioritario para mujeres, niñas y niños que han pasado por situaciones de violencia, la prevención se debe manejar mediante acciones diversas y es ahí donde necesitan de todas las herramientas posibles para la vinculación en derechos humanos. El trabajo de atención a víctimas de violencia no debe sostenerse desde el acompañamiento a las mismas, sino desde una implicación más amplia, desde lo psicológico, legal y el trabajo social, que en su conjunto promueva pensamientos y acciones en defensa de los derechos individuales de cada mujer, niña y niño, a vivir una vida plena y libre de violencias. Dichos parámetros se los encuentra en los Centros de Equidad y Justicia del Municipio de Quito.

4.1.2.2 Categoría: Estrategias de comunicación

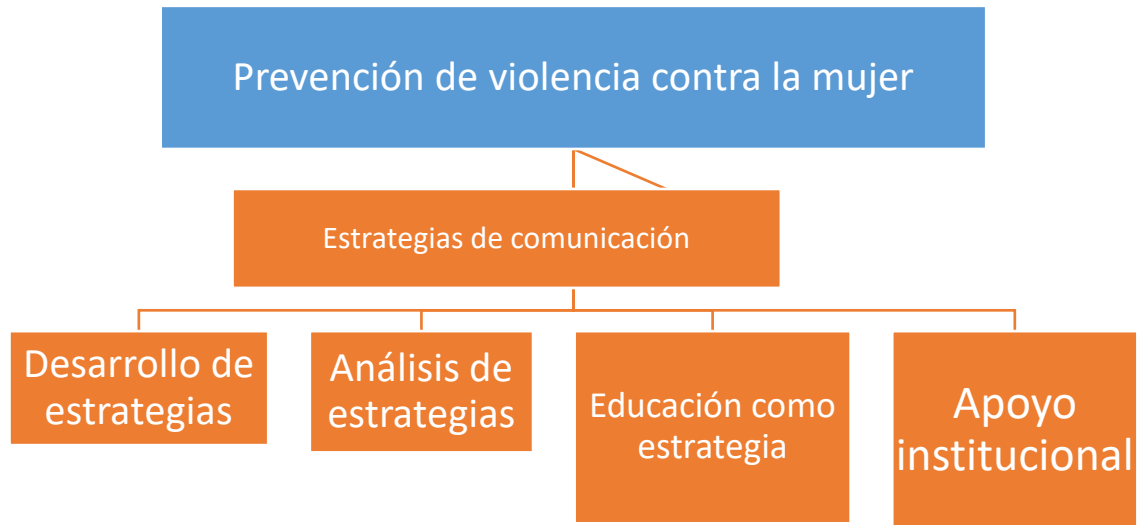


Figura 2. **Estrategias de comunicación.** Fuente: **Elaboración propia, 2021.**

Las estrategias comunicacionales que se han desarrollado para la implementación de programas de prevención tienen que ver más con el uso de redes sociales como Facebook y Twitter. Recursos como trípticos, posters, ferias y promoción itinerante, considerándolos ejercicios no sostenibles a largo plazo. Esto genera que no se logre posicionar la imagen del Centro de Equidad y Justicia y menos aun cuando la propuesta comunicacional de los programas de prevención de violencia está dirigida a un público general de la ciudad, sin embargo, al ser tan extenso su objetivo de público, se vuelve una categoría ambigua de alcanzar.

Por esto, se hace necesario plantear una estrategia desde las propias prácticas de educación que se generan en los Centros y con los promotores, donde las prácticas educomunicacionales que se gestan para lograr conectar con los públicos de los talleres o eventos participativos, puedan ser uno de los principales capitales comunicacionales del trabajo desarrollado por los programas de prevención, y que *el boca a boca* pueda ser una estrategia que dé cabida a mejores resultados que logren hacer eco de los servicios en la población.

De tal manera que los promotores puedan continuar trabajando en la generación de metodologías reflexivas y de sensibilización para seguir aportando y conectando con más personas que lo requieran, y estratégicamente lograr que cada participante de los talleres sea productora, consumidora, impulsadora y comunicadora de la información sobre la erradicación de violencia contra la mujer en la ciudad de Quito.

De esta manera, podemos concluir que los Promotores, al no ser comunicadores profesionales y no tener entre sus responsabilidades la labor de generar comunicación de los programas del Municipio, consideran importante aportar en el desarrollo de estrategias que vinculen a las prácticas en campo que desarrollan, junto a las voluntades y perspectivas de las participantes de los talleres. Permitiendo conectar con más énfasis en la elaboración de una estrategia educomunicacional que use las propias redes y experiencias de las participantes para lograr vincularse orgánicamente con más públicos.

4.1.2.3 Categoría: Difusión de campañas y medios de comunicación

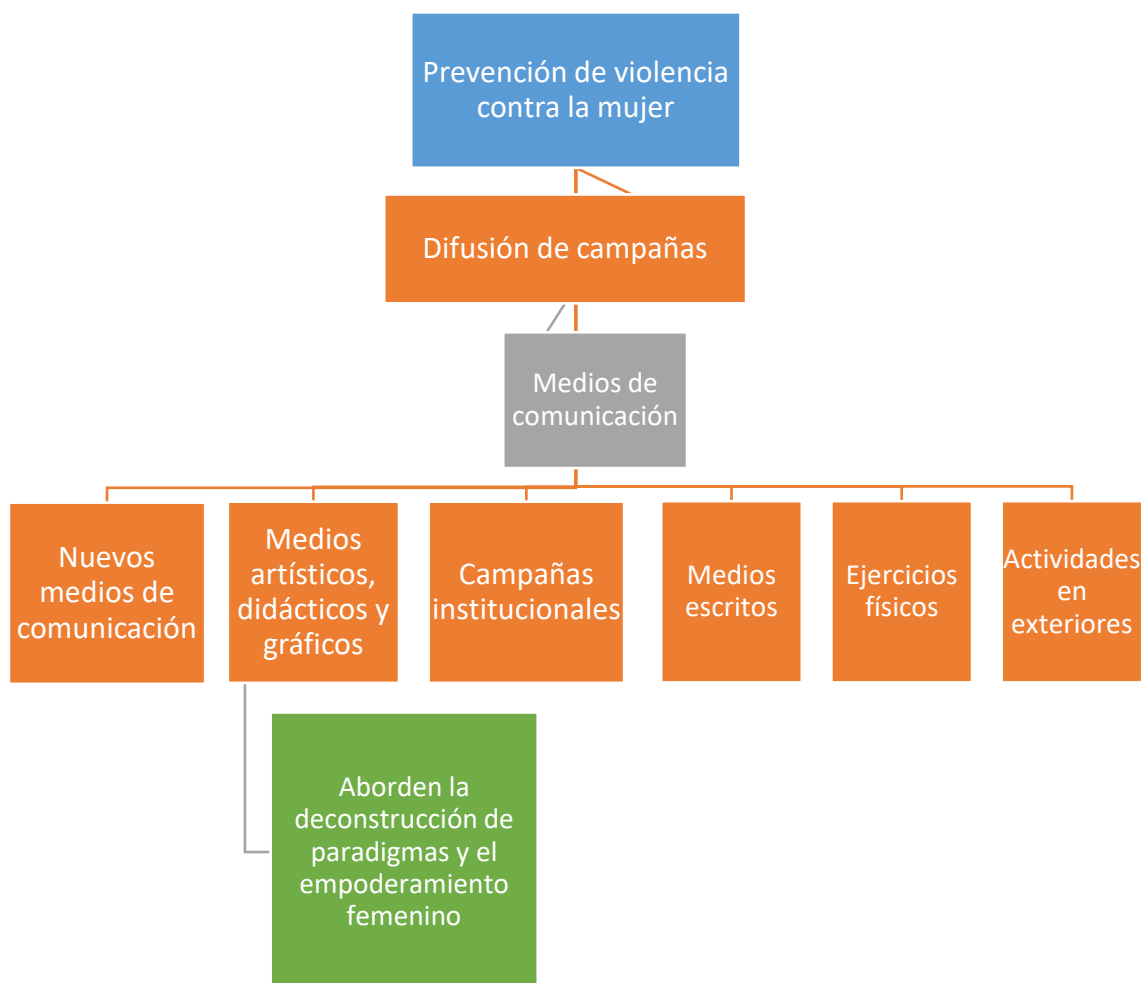


Figura 3. **Difusión de campañas y medios de comunicación.** Fuente: **Elaboración propia, 2021.**

En torno a las entrevistas realizadas, a la hora de plantear el impulso y la importancia de generar difusión comunicacional que se diseñe mediante talleres participativos, una de las Promotoras comentó que es necesario que las personas conozcan sobre los mecanismos institucionales para la protección de sus derechos, sino éstos se verán atropellados por falta de información y acompañamiento. Sin embargo, la información debe estar acompañada de herramientas que den vida a procesos educomunicacionales, y es ahí donde otra de las Promotoras subrayó que las herramientas que utilizan son netamente educomunicacionales, desarrolladas en torno a encuentros, talleres, actividades

en exteriores, utilización de medios artísticos, didácticos y gráficos que promueven una mayor participación, el abordaje de la deconstrucción de paradigmas, el empoderamiento femenino y que permiten un trabajo corporal, el cual a su vez ayuda a que la violencia vivida que se queda en las células, con trabajo corporal se pueda sanar y reconstruir una propia experiencia fortalecida.

Dicho sea esto, para fines de la presente investigación, la elaboración de talleres que contemplen el uso de las herramientas y prácticas favorables de los Promotores, los enriquece mucho más, sin embargo, estos deben plantear temáticas que aborden aristas ligadas al trabajo de erradicación de la violencia contra la mujer, y es así que una de los Promotores indicó que es importante seguir construyendo espacios de talleres con la gente, en donde podamos discutir acerca de roles de género, prevención de abuso sexual infantil y relaciones efectivo sociales. El abordaje de estas temáticas, recae en la elaboración de talleres educomunicacionales mediante una guía didáctica y audiovisual. Herramienta por la que todas y todos los promotores presentaron un gran interés de utilizarla y reconocerla.

De hecho, al momento de analizar los medios de comunicación que utilizarían en dichos espacios de encuentro, saltó a la mesa el uso de plataformas digitales que permitan darles eco a la voz y experiencia de aprendizajes de los participantes, y con ello poder reforzar las historias que en las redes se suelen contar. Ya que como uno de los Promotores mencionó, muchas veces son cosas banales y sin tanto contenido, pero si se trabaja con la elaboración de infografías o algún material gráfico participativo y didáctico, que hable acerca de la deconstrucción de paradigmas y el empoderamiento femenino, los grupos personales que hablan en las redes de cada una de las participantes, se volcará a ser parte de la esa experiencia y más personas aprenderían nuevas cosas.

4.1.2.4 Categoría: Contribución con el programa

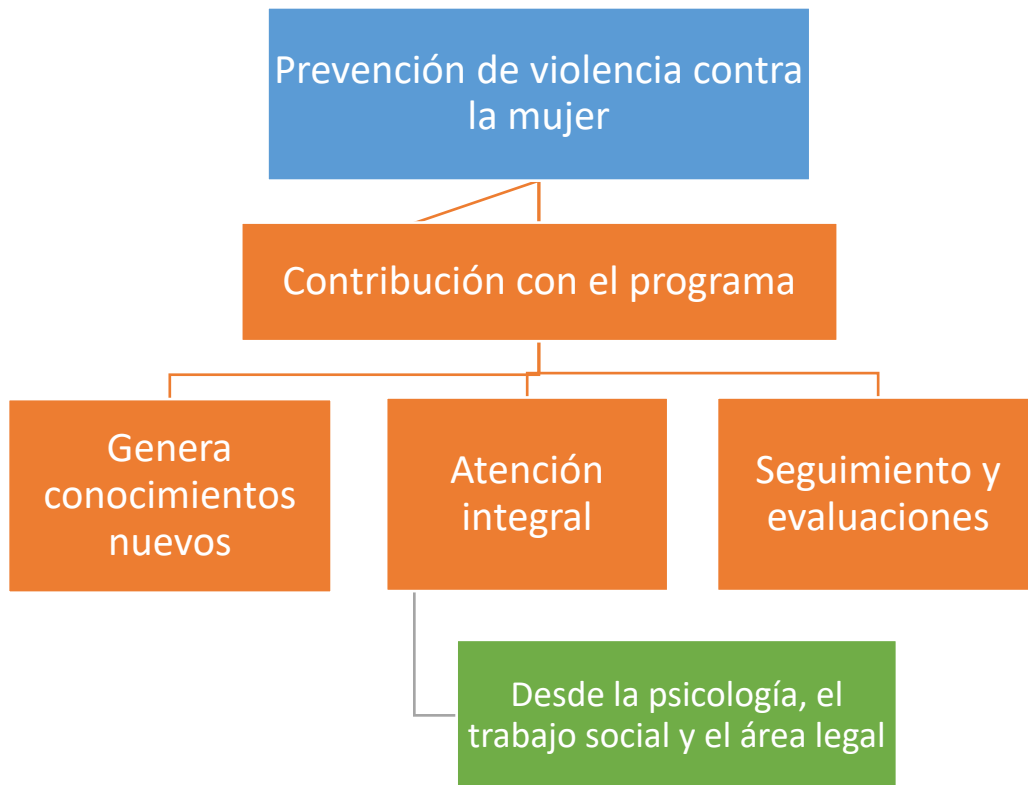


Figura 4. **Contribución con el programa.** Fuente: **Elaboración propia, 2021.**

La contribución que el programa ha tenido es importante desde el planteamiento de talleres y la atención integral desde la psicología, el trabajo social y el área legal, sin embargo, la falta de seguimiento y evaluaciones han hecho que su proceso de contribución sea deficiente y que muchas personas no puedan conocer el programa.

Al momento de intentar descubrir cuáles son las prácticas comunicacionales que han conducido a esto, nos encontramos con que cada vez que uno de los promotores realiza una actividad, envía una publicación de lo que hará al departamento de comunicación central del Municipio, esta información centralizada no fluye de la mejor manera hacia el público, debido a la cantidad de información a comunicar que tiene la institución. Además, los Centros de Equidad y Justicia y su equipo buscan por sus propios medios, espacios para la

difusión de los servicios de atención en casos de violencia. Esto nos demuestra la carencia de participación comunicacional que tiene la institución en los procesos desarrollados por los Promotores y la intención de los mismos por sanear el desconocimiento de la ciudadanía, respecto a los servicios que se ofrecen en los Centros.

Sin embargo, otra Promotora resalta que las mujeres que participan comentan cosas positivas y han traído a más personas, llegando al punto en el que luego de los talleres realizados, se realizan aplicaciones de evaluaciones a los participantes y la mayoría han calificado con 9 y con muchas palabras de aceptación. Demostrando que las y los participantes de los Centros de Equidad y Justicia del Municipio de Quito pueden participar de una difusión de información eficiente.

4.1.3 Triangulación entre datos cuantitativos y cualitativos

El resultado de esta triangulación nos permitió determinar el nivel de apoyo que tendría la propuesta de trabajar con un programa educomunicacional para la erradicación de la violencia contra las mujeres. A partir de esta información, se identificó que los Promotores tienen mayor afinidad con los programas de Información que se distribuyen una vez por semana vía Facebook, haciendo uso de contenidos de noticias, infografías, boletines informativos y eventos o reuniones.

Además, consideran a la mayoría le gustaría participar de programas de Información y Prácticas Culturales que busquen erradicar la violencia de género. Los programas comunicacionales y de voluntariados no les son de tanta importancia debido a que no reciben mayor información al respecto o no conocen de espacios que les permitan conocer más de ellos.

La comunicación vía canales digitales marca una gran importancia en su desarrollo profesional, sin embargo, consideran que es necesaria la realización de actividades comunicacionales offline, donde todos los días o una vez a la

semana puedan recibir información de los programas en ejecución mediante medios alternativos como carteleras.

Finalmente, dos colaboradores han encontrado idóneo el poder proponer otros modelos de programas que no están considerados en las líneas de acción de la institución, eso podría traerles grandes beneficios y logros de innovación.

De esta manera, los resultados analizados nos han permitido elaborar los resultados del producto, el cual se dividió en cuatro fases: desarrollo de la guía didáctica, pre-producción, producción y post-producción de la pieza audiovisual que acompaña a la guía, los cuales se explican a continuación.

4.2 Estructura de la guía didáctica y audiovisual basada en un contenido transmedia para la aplicación de talleres comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer

Con la información recolectada del estudio de violencia contra la mujer desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género del Municipio de Quito, a través de las técnicas definidas en el capítulo 3 y ejecutadas en los resultados descritos anteriormente, hemos desarrollado el siguiente proceso.

4.2.1 Elaboración de la guía didáctica

La guía didáctica es un recurso metodológico que se puede utilizar en diversas situaciones de aprendizaje. La guía didáctica cumple diversas funciones, que van desde las sugerencias para abordar el fenómeno como tal, hasta acompañar a los participantes a la distancia, en su proceso de taller en general.



Ilustración 1. Manual de Guía. Fuente: Elaboración propia, 2021.

4.2.1.1 Descripción del producto

Tema central: guía basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer.

Sub-tema: Empoderamiento emocional de la mujer.

Público objetivo: Mujeres de entre 18 a 40 años.

Temas transversales: Violencia contra la mujer, formas de sobrevivir y superar una vivencia violenta, transmedia social, terapia narrativa, edu-comunicación, formas creativas de re-narrar los problemas sociales.

Punto de vista de la metodología: El centro de la narrativa serán las historias de las mujeres, quienes focalizarán sus testimonios de vida para reconstruir narraciones que hablen del valor, el coraje, la dignidad, la fuerza, la supervivencia, la visibilización y el empoderamiento emocional. Además, se descubrirán diálogos generados por parte de los públicos principales y sus respuestas hacia las creadoras.

Tonos de los contenidos: Se propone manejar un tono emocional amigable con mensajes positivos y que generen puntos dramáticos, soluciones alternas y aprendizajes compartidos.

Estética de la guía: La narración, coherencia y lógica visual del universo serán guiados por personajes naturales que conduzcan sus relatos mediante el uso de colores vivos del círculo cromático, invitando a que primen en la identificación del proyecto los colores turquesa y lavanda.

Permanentemente se expondrán texturas, figuras, fondos, objetos, atmósferas naturales, espacios simbólicos y físicos que contrasten con estéticas de *collage*, donde las composiciones son desarrolladas entre lo discontinuo y fragmentario de las imágenes, pero con fuertes narraciones emocionales que permitan generar un universo sonoro sutil y casi silencioso, donde el ritmo y la pulsión interna de los personajes se sienta con claridad en cada uno de los medios.

Con esto, buscamos invitar a las creadoras a pensar en una estética femenina surrealista que indague en la memoria y conexiones visuales más profundas de sus historias, deseche los productos e imágenes estáticas del deber ser y parecer de las mujeres, reconozca a la “belleza” desde el hecho natural de ser mujer y promueva un re-pensar, re-configurar y re-diseñar los recuerdos de violencia vividos.

4.2.1.2 Contenidos metodológicos de la guía:

Sección 1: Portada

- Página de título
- Contraportada, página 2
- Créditos, página 3

Contenido de Créditos:

- Coordinación: David Samaniego
- Equipo de Promotores de erradicación de violencia: Mónica Rojas, Rodrigo Sánchez, Estefanía Hidalgo, Jorge Luis Bustamante, Doris Ortiz, Ana María Guanotásig y Marco Urbina.
- Agradecimientos: Any Sánchez, Yemala Castillo, PhD, Alirio Mejía, Ángel Terán, Cristian Goyes y Municipio de Quito.
- Diseño gráfico: David Samaniego
- Versión: 1 para trabajo de titulación
- Envíanos tus sugerencias y comentarios a: davidsamaniego347@gmail.com
- Trabajo de investigación para la obtención del Título de Licenciado en Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales por la Escuela de comunicación y producción en artes audiovisuales de la Universidad Iberoamericana del Ecuador
- Autor: Jorge David Samaniego Almeida
- Directora del trabajo de titulación: Yemala Castillo Brito, PhD.
- Quito, Ecuador
- Septiembre, 2021

Sección 2: Índice y bases del compendio

- Índice, página 4
- ~~Presentación~~ Manifiesto: Pensar los derechos humanos, el género y el aprendizaje colectivo como proceso para crear un mejor mundo. Página 5

Sección 3: Módulo 1 – Introducción

- Link de la guía audiovisual, página 6
- Página de descanso: ¡Comencemos! 7
- ¿Para qué sirve? Página 8
- ¿Para quién está dirigida? página 8

Sección 4: Objetivos

- General, página 9
- Específicos, página 9

Sección 5: Diseño del taller edu-comunicacional

- Característica principal del taller: página 10
 - o Número de participantes, duración, horarios, género y edades.
- Partes del proceso: página 11 y 12
 - o Llamado a participantes
 - o Preparación de material y temas
 - o Bienvenida del taller: presentación de todos los presentes, lectura del manifiesto, muestra del link de la guía audiovisual y lectura de objetivos.
 - o Primer abordaje temático del taller: lectura y discusión de temas principales.

Sección 6: Módulo 2 – Aprendizaje temático:

Desarrollo de los temas a trabajar, basándose en los elementos a utilizar para el Universo Transmedia No-Lineal. Páginas 13 a la 17

Comprende la explicación de cada tema; se presentan los contenidos teóricos en un lenguaje sencillo que plantea la información esencial requerida para el dominio cognoscitivo. La disertación se apoya en estrategias como resúmenes, ilustraciones, mapas conceptuales y cuadros.

- Derechos Humanos
- Género
- Sexo
- Enfoque de género
- Violencia contra la mujer
- Comunicación
- Edu-comunicación
- Redes Sociales
- Construcción de historias
- Transmedia
- Ejemplos Transmedia
- Herramientas de comunicación:
 - Gráficos
 - Fotografía
 - Collage: con revistas y periódicos para la creación audiovisual y gráfica
 - Audio
 - Video
 - Uso de dispositivos móviles para crear y editar audiovisuales.
- Ideación de historias
- Creación - Storytelling:
 - Personajes
 - Situación o Conflicto
 - Solución
- Arquitectura transmedia: (Aquí se seleccionan las redes sociales que se ocuparán y las posibilidades de un personaje. En cada red se desarrollan estrategias de comunicación desde los conocimientos y prácticas del participante) (De manera experimental, aparece el autor cómo creador y lector de cada acción).

Sección 7: Módulo 3 – Ejercicios prácticos:

Manos a la obra, páginas 18 a la 23

Permiten evaluar lo aprendido para gestar procesos meta cognitivos que contribuyen con la consolidación de los conocimientos estudiados. Mediante su solución el participante verifica su grado de dominio de las competencias y habilidades cognitivas planteadas como meta instruccional.

- ¿Qué historia me habla de lo que es violencia contra la mujer?
- Crear la historia a través de un pequeño guion con: personajes, una situación o conflicto y una solución o aprendizaje.
- Encontrar la historia visual: ¿Cómo se concibe mi historia a través de?
 - o El sonido
 - o La fotografía
 - o El video
 - o Preguntas, ideas u opiniones: Armado de palabras, frases y elementos gráficos que acompañen a la narrativa transmedia de mi historia, a través de anclar los sub-temas: roles de género, construcción y deconstrucción de la violencia contra la mujer.
 - o Gifs, stickers o memes
- Producción de la historia mediante el diseño empírico de materiales que se apliquen a la ejecución narrativa, usando los celulares para crear: El sonido, la fotografía, el video, escritura literaria y video collage (actuación y voz en off).
- Producción gráfica de mensajes mediante el uso de aplicaciones web.
- Spot audiovisual colectivo del taller, a elaborarse mediante la unión de testimonios de todos los participantes y fotos del proceso (responsabilidad de las y los promotores).

Sección 9: Módulo 4 – Planteamiento de distribución

Construyamos la difusión: páginas 24 a la 30

- El viaje: Usando las redes sociales personales, construimos el viaje y la forma de dialogar de mi historia con el público, respondiendo a la pregunta: ¿Cómo uso las redes para contarle mi historia a mi amiga/o?

- Diseño de la distribución.
- Creación de Instagram page del taller en modo de blog visual o resumen del proyecto que recoja todos los procesos ejecutados
- Subida de la historia transmedia en medios comunicacionales y redes sociales personales de los participantes.
- Subida a redes sociales del Spot audiovisual colectivo del taller.

Sección 10: Materiales de apoyo: páginas 31 a la 34

- Anexo 1: videos referencias para los 4 módulos
- Anexo 2: Bibliografía: Indica las referencias bibliográficas de los autores consultados.

4.3 Producción de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educacionales de prevención de violencia contra la mujer

4.3.1 Diagramación de la guía:

La diagramación, también llamada a veces maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y, en algunos casos, audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios, guías y revistas. El principal objetivo del es crear un diseño que resulte atractivo y funcional para el lector y conseguir una armonía perfecta entre forma y contenido.

Para la presente diagramación se utilizó la aplicación de Adobe InDesign para diseñar el manual, maquetar las páginas y publicarlo como documento digital, además se utilizó el editor de gráficos vectoriales Adobe Illustrator, donde se trabajó la visión creativa de la guía, modelando las formas, colores, efectos y tipografías. Basándonos en un concepto de “*collage*” con colores pasteles y un estilo femenino.

4.3.1.1 Gráficas de la guía:



Ilustración 2. Portada de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Ilustración 3. Hoja mensajes de introducción de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Ilustración 4. Hoja de información de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Ilustración 5. Ejercicio collage de Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Ilustración 6. Ejercicio participativo de la Guía didáctica y audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.

4.3.2 Elaboración del contenido audiovisual de la guía

4.3.2.1 Pre-producción del contenido audiovisual

La pre-producción es la primera etapa del proceso de producción audiovisual, en la cual se incluye la portada, la ficha técnica, información general de contenidos, la sinopsis, el presupuesto y cronograma de actividades.

Portada

En la portada se incluyó el título de la guía, así como una imagen representativa de la misma.



Ilustración No. 7. Portada del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Ilustración No. 8. Sinopsis del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.

4.3.2.1.1 Ficha técnica

La ficha técnica contiene el título del producto audiovisual, el medio de difusión, la duración y descripción del producto y el público potencial.

Título:	Mi Narrativa, producto audiovisual
Medio de difusión:	código QR ubicado en la guía didáctica y Youtube.
Duración:	3'30''
Descripción del producto:	Producto audiovisual basado en contenido transmedia para que las mujeres puedan vivir la experiencia de contar una historia de violencia de género a través del uso de sus redes sociales y dialogar con su propia comunidad digital acerca de la temática.
Público potencial:	El público objetivo de la guía son los promotores de erradicación de la violencia del Municipio de Quito.

Tabla 1 **Ficha técnica del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

4.3.2.1.2 Información general de contenidos

Tema: Empoderamiento emocional de la mujer.

Sinopsis: Proyecto Transmedia que narra historias de violencia contra la mujer desde la autoría y voz de las mismas sobrevivientes. Buscando resignificar experiencias y traumas del pasado, a través de la producción de audiovisuales, collages, cartas y mensajes que se distribuirán mediante las redes personales de las participantes, estados de whatsapp, facebook, Instagram y un blog del

Proyecto, buscando que el público principal sean los núcleos familiares y amigos cercanos de las mujeres.

Tag line: Somos lo que nos contamos.

Descripción: Todos hemos escuchado frases como: todas las mujeres deben ser madres, los hombres deben ser bien machos, las mujeres son siempre dulces, los hombres no lloran, niñas de rosa y niños de azul, pero ¿hay verdad en ellas?

Es mucho lo que se tiene que decir sobre lo injusto o perjudicial que son los estereotipos en torno a roles de género y cómo nos han afectado de una u otra forma.

El ejercicio de generación metodológica se planteó crear una narrativa transmedia que busca recoger los testimonios y opiniones sobre cómo son normalizados los roles de género en la educación de violencia de género. Dicha participación puede ser de todo tipo relacionada al tema, desde situaciones cotidianas hasta contenidos más impactantes.

Tratamos el tema desde una visión crítica, de rechazo hacia la naturalización del género ¿Cómo? Mostrando los efectos de estereotipos en la cotidianidad.

Esta narración no solo quiere darle la bienvenida al género femenino, quien suele tener mayor demanda, sino que también al género masculino ya que se considera que esta problemática, finalmente, nos involucra a todos. Por lo cual, los personajes principales son aquellos que han sido afectados por los roles de género normalizados, queriendo compartir con la investigación sus historias u opiniones. También hay un segundo grupo de usuarios que, si bien creen que nunca les ha ocurrido, desean opinar también o compartir el contenido que se genere.

El público tendrá acceso a internet en sus distintos soportes, pero principalmente en computadores y celulares, por ende, nuestro grupo objetivo son personas que usan internet diariamente o casi todos los días. Usuarios activos y que generan contenido a través de redes sociales, en especial en Facebook e Instagram.

Dicho lo anterior creemos existen dos tipos de audiencias que serán parte de la narrativa: audiencia primaria hombres y mujeres que sienten han sido afectadas de alguna forma dado los estereotipos de género presentes en la sociedad. La audiencia secundaria sería aquellos hombres y mujeres también que no sienten ser víctimas de los roles de género, no sienten que tienen algo que contar o no lo quieren hacer, pero sí sienten empatía e interés por el tema por lo que participarían de forma pasiva en el proyecto y podrían compartir y ayudar en su difusión.

4.3.2.1.3 Guion

Se realizó el presente guion audiovisual, estableciendo una línea argumental de información general que exponga una bienvenida y muestra de lo que será el trabajo desarrollado en la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educacionales de prevención de violencia contra la mujer, y que así, la o el usuario pueda descubrir y conectar desde el inicio del proceso con la información y contenidos del taller.

Esc.	Loc.	Imagen	Diálogo	Sonido
1	Set	Acompañamiento de graficaciones	Te has preguntado, ¿las mujeres sobrevivientes de violencia de qué forma narran sus historias a sus familiares y amigos?, ¿cómo impacta la historia de violencia que ha sufrido una mujer? O ¿cómo las redes sociales pueden ayudar a que más mujeres se sientan más seguras de hablar y contar su versión de historia?	Música de fondo
2		Acompañamiento de graficaciones	Mi Narrativa, es un proyecto transmedia que narra historias de violencia contra la mujer desde la autoría y voz de las mismas sobrevivientes.	Música de fondo

3		Acompañamiento de graficaciones y animaciones básicas	Buscando resignificar experiencias y traumas del pasado, a través de la producción de audiovisuales, collages, micro-podcast, cartas y mensajes que se distribuirán mediante las redes personales de las participantes, tipo estados de whatsapp, facebook, Instagram y un blog del Proyecto, buscando que el público principal sean los núcleos familiares y amigos cercanos de las mujeres.	Música de fondo
4		Acompañamiento de graficaciones	El centro de todo serán las historias de cada una de las mujeres, quienes focalizarán sus testimonios de vida para crear narraciones ficticias que hablen del valor, el coraje, la dignidad, la fuerza, la supervivencia, la visibilización y el empoderamiento emocional.	Música de fondo
5		Acompañamiento de graficaciones	Se propone manejar un tono emocional amigable y honesto con mensajes positivos y que generen puntos dramáticos, soluciones alternas y aprendizajes compartidos, entre quienes la narran y quienes la descubren. ¿Estás lista para recrear esta historia?	Música de fondo
6		Acompañamiento de graficaciones	Lo primero será, re-escribir nuestra historia desde la idea de crear una película que la gente no ha visto y que solo nosotras podremos contarla. Para el desarrollo de esto conoceremos bases de escritura narrativa, líneas gráficas, fotografía con celular, grabación de video collage, voz en off y manejo de redes sociales.	Música de fondo
7			Lo segundo, será conocer cómo se forma un universo transmedia personal...	Música de fondo
			Lo transmedia hace referencia al uso de múltiples medios para construir una misma idea, es como si empezáramos una historia	

8			desde nuestro estado de whatsapp y colocamos unas palabras que las describan, luego la historia la seguimos en un video de Instagram, luego en una publicación de FB, luego en un podcast y finalmente en una página web. De la misma forma trataremos de construir nuestra historia, pero esta vez narrándola desde la creación de un collage audiovisual, luego analizaremos en qué medios y de qué forma nos gustaría que ciertos familiares y amigos se acerquen a conocer esta historia, para finalmente distribuirla en dichos espacios virtuales.	Música de fondo
9		Acompañamiento de graficaciones	Tercero, buscaremos escuchar todas las opiniones y conversaciones que nuestro público tuvo respecto a nuestra historia y los invitaremos a descubrir el viaje narrativo que vivieron mediante un corto-documental recopilatorio de la vivencia, donde mostraremos lo que significó para nosotras toda esta experiencia.	Música de fondo
10			¡Manos a la obra!	Música de fondo

Tabla 2 **Guion del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

4.3.2.1.4 Presupuesto

El presente gráfico, muestra un cuadro de presupuesto del producto audiovisual desarrollado en la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educomunicacionales de prevención de violencia contra la mujer, se describen las actividades, costos, cantidades y valores de producción de la pieza.

Actividad	Costo Unitario	Cantidad	Valor
Desarrollo de los contenidos.	\$ 500,00	1 paquete	\$ 500,00
Elaboración de guiones.	\$ 250,00	1 paquete	\$ 250,00
Diseño de guía.	\$ 400,00	1 paquete	\$ 400,00
Producción.	\$ 600,00	1 paquete	\$ 600,00
Post producción.	\$300,00	1 paquete	\$ 300,00
SUBTOTAL:	\$ 2.050,00	-	\$ 2.050,00
IVA:	\$ 246,00	-	\$ 246,00
TOTAL:	\$ 2.296,00	-	\$ 2.296,00

Tabla 3 **Presupuesto del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

4.3.2.1.5 Cronograma de Actividades

Actividades	Semanas																
	Mayo					Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo de contenidos	X	X	X														
Escaleta audiovisual y gráfica de contenidos				X	X												
Pre-producción						X											
Diseño de manual							X	X									

Producción audiovisual										X								
Post-producción											X	X						
Revisiones y tutorías													X	X				
Socialización de la propuesta con el Municipio de Quito														X	X			
Finalización del Trabajo de Titulación																	X	X

Tabla 4 **Cronograma de actividades del producto audiovisual. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

4.3.2.2 Producción de la pieza audiovisual

La producción del producto audiovisual es la ejecución de todas las propuestas de dirección, producción y fotografía, las cuales se presentan a continuación.

4.3.2.2.1 Propuesta Estética

Propuesta de dirección

La propuesta de dirección del proyecto busca vincular aspectos básicos y esenciales del procedimiento que se necesita realizar para ejecutar una campaña social colaborativa transmedia edu-comunicacional, permitiendo de manera ordenada y concisa una mejor comprensión y funcionamiento del uso de las narrativas expandidas en proyectos de vinculación social.

El producto se construirá alrededor de un grupo de psicólogos que buscan desarrollar una campaña transmedia, buscando re-construir la historia de "Lila", niña que ha sido violentada sexualmente en un barrio periférico de Quito. Los psicólogos tratarán de llegar a públicos jóvenes a través de cortos videos elaborados con elementos de collage, gráficas para redes sociales y audios

conversatorios en modo podcast, desarrollando una campaña que exponga aprendizajes y juicios de valor positivos respecto a la violencia de género.

La principal motivación de mi trabajo es generada desde las posibilidades de aportar a que menos mujeres sean violentadas y para ello quiero llegar a re-imaginar historias que escuchamos a diario mediante el uso de nuevos sistemas y paradigmas tecnológico- comunicativos.

Propuesta de fotografía

A continuación, se detallan los elementos técnicos que se utilizarán en el producto audiovisual: una cámara nikon D3200, cámara cannon T3i, Tripode, Corbatero y Grabadora de voz.

Equipo Humano: Las personas que formarán parte del equipo de producción del producto audiovisual son un comunicador-estratega, director audiovisual, fotógrafo, sonidista, escritor, editor y diseñador. Se contará además con una voz en off en el producto audiovisual la cual se ocupará de dar dinamismo a la misma, utilizando todo su potencial como atracción principal en las gráficas y así, tener una sola línea de continuidad con coherencia, información relevante y entretenimiento.

Lugar de grabación: La locación escogida para este producto audiovisual fue un set de grabación con fondo blanco, vinculando al máximo un set de luces y así, sacar mayor provecho del mismo.

Etapas de producción: En esta etapa el producto audiovisual está en desarrollo se puede apreciar grabaciones correctamente realizadas de acuerdo a lo pautado en el guion o escaleta, en esta etapa el rol del director como del productor general del producto audiovisual es fundamental ya que es quien da el visto bueno y sugiere cambios junto a su equipo humano, a quienes va designando actividades.

4.3.2.3 Etapa de post producción

En esta etapa se manejarán técnicas de montaje de los videos y de la edición como tal, para el armado del producto audiovisual. Para la realización de la edición se utilizará el programa Adobe Premiere, además de After Effects el cual sirve de gran ayuda para el montaje gráfico collage de cada escena.

Etapa de edición: en esta etapa se realizará la edición sobre todo el material obtenido durante toda la etapa de producción, de esta manera se irá descartando tomas y poniendo en un orden planteado a lo estimado en el guion, además, aquí se podrá apreciar el juicio de valor por parte del editor, quien logrará transmitir y mostrar de la mejor manera el producto audiovisual.

4.4 Plan de distribución de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educomunicacionales de prevención de violencia contra la mujer

La guía didáctica contiene metodologías educomunicacionales que orientan a los participantes a compartir varios tipos de mensajes mediante textos, fotografías, audios o videos. Permitiendo de esta manera, el envío, descarga o publicación de contenido en forma pública o privada. El campo de distribución de dichos contenidos, serán las plataformas virtuales de Whatsapp, Facebook e Instagram, donde generar, enviar y consumir contenidos personalizados sea más amigables para con los prosumidores de la guía.

La distribución de la guía tiene por énfasis plantear varios canales de distribución, como bien lo dice Scolari (2009) “la narrativa transmedia no es solo la adaptación de un medio a otro”, sino que expone un mensaje en pequeños mensajes independientes, para lo cual se busca que cada uno de ellos sea distribuido en una plataforma concreta, con el objetivo de que el receptor dialogue directamente con el creador y la temática.

Es así que las 4 preguntas claves para lograrlo serán:

1. ¿A quién de mis contactos le quiero contar esta historia?
2. ¿Qué porcentaje del total de mi audiencia quiero alcanzar a través del medio de comunicación que decido usar?
3. ¿En qué medios de comunicación puedo exponer la historia?
4. ¿Cuál es la frecuencia de aparición de los mensajes en los medios a seleccionar?

Por otra parte, la guía se la distribuirá mediante la planificación y aplicación de talleres educomunicacionales por parte de los Promotores. Ya que serán ellos los responsables de su distribución en base a sus necesidades y requerimientos.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La presente investigación se planteó como propósito diseñar una guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer dirigido a Promotores de Prevención de la violencia de Género del Municipio de Quito. Para tal fin se aplicaron técnicas cuantitativas y cualitativas, de los resultados obtenidos surgen las siguientes conclusiones y recomendaciones, como se muestra a continuación.

5.1 Conclusiones

Las conclusiones expresadas a continuación corresponden a cada uno de los objetivos específicos planteados, por lo tanto, con respecto a la identificación de información sobre la violencia contra la mujer, desde el punto de vista de los promotores de prevención de violencia de género del Municipio de Quito, se concluye que la mayoría manejan a cabalidad el tema y lo han promovido mediante campañas comunicacionales y talleres de enseñanza y sensibilización, por tal motivo es primordial el desarrollo de recursos que les permita exhibir sus conocimientos a la comunidad. Hemos encontrado que no solo las cifras de violencia contra la mujer son alarmantes, sino también los procesos con los que se pretende enseñar a la ciudadanía la información acerca de violencia contra la mujer, sin embargo, el proceso de aplicación de dicha información en proyectos de mejora de los programas no logra adaptarse adecuadamente, creando separación entre la ejecución del contenido con los trabajos en territorios; es por ello que como resultado del análisis de la información se establecieron los elementos, las características y los contenidos de la guía, generando posibilidades de enseñanza y practicidad de la información que ellos desarrollan.

De igual manera, en lo que concierne a la estructura de la guía didáctica y audiovisual basada en un contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer, es posible notar que el contenido abordado en ella se lo configura desde una base de diez

secciones desarrolladas, las cuales nos indican una portada y contraportada, un índice, una presentación y link de la guía audiovisual, un fundamento y manifiesto, objetivos, diseño del taller edu-comunicacional, desarrollo de contenidos con base en los elementos del Universo Transmedia No-Lineal, ejercicio transmedia de creación, distribución, materiales de apoyo como audiovisuales de referencia, glosario y bibliografía. Mismos que se abordan desde una perspectiva de difusión de información de historias que trabajan en pro de derechos humanos. Concluyendo que, entre mayores sean las posibilidades de crear metodologías para el desarrollo de aprendizajes nuevos por parte de los talleres de Prevención de violencia de género, mucho mejor serán las aplicaciones y vivencias expuestas por parte de las participantes, considerando que en este caso los Promotores podrán utilizar lenguajes tecnológicos contemporáneos y cercanos a las participantes, y en el proceso beneficiarse con el fuerte potencial comunicacional que se encuentra delineado en el uso de narrativas expandidas y su práctica.

Así mismo, el proceso de producción de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres edu-comunicacionales de prevención de violencia contra la mujer, se lo llevó a cabo mediante la diagramación de un folleto literario, utilizando la aplicación de Adobe InDesign para diseñar el manual, maquetar las páginas y publicarlo como documento digital, además se utilizó el editor de gráficos vectoriales Adobe Illustrator, donde se trabajó la visión creativa de la guía, modelando las formas, colores, efectos y tipografías. Basándonos en un concepto de “*collage*” con colores pasteles y un estilo femenino. Adicionalmente, se creó un video en el que se puede observar una explicación breve de los contenidos y una bienvenida a las y los participantes de los talleres edu-comunicacionales transmedia. Entorno a los contenidos de la guía, se definieron las metodologías, las actividades, los recursos y plataformas web que se van a utilizar, de tal forma que las participantes pueda crear y desarrollar historias con herramientas amigables y de fácil acceso de manipulación para las mismas, logrando de esta manera, conectar con su comunidad virtual y a su vez, lograr que el trabajo de los promotores, en relación a la erradicación de violencia, se publicite y comunique a una mayor extensión de públicos.

Por último, se establece la estrategia de distribución de la guía didáctica y audiovisual basada en contenido transmedia para la aplicación de talleres educacionales de prevención de violencia contra la mujer, a través de los propios Promotores del Municipio, en los espacios de talleres donde compartan y desarrollen las metodologías abordadas en la guía, siendo esta una distribución atemporal, utilizada para exponer contenidos en redes sociales y carteleras, a su vez, la ubicación del folleto es vía digital, teniéndolo a este solo para exposición a través de ordenadores o celulares, y permitiendo su ejecución por medio de los talleres. Sin embargo, la distribución al público general que desee utilizarla, lo podrán hacer en base a una solicitud al autor o a los Promotores del Municipio, permitiendo que su aplicación se pueda encaminar al trabajo en pro de derechos humanos y erradicación de la violencia contra la mujer, por medio de la práctica de sus contenidos y que sirva de esta manera como un aporte al trabajo de campo de Organizaciones No Gubernamentales, Municipios, GADs parroquiales e instituciones que desarrollan con su trabajo en los temas referenciados.

5.2 Recomendaciones

En base a las conclusiones obtenidas en la presente investigación y al aporte bibliográfico que la sustenta, se recomienda:

A la sociedad en general, brindar apoyo, apreciar y dialogar con las historias abordadas en redes sociales, donde el protagonismo y la estética sean abordadas desde mujeres, que inviten a conocer otras visiones para crear un mundo mejor. Todo ello, a través del uso cotidiano de las redes sociales, donde muchas veces se encuentran historias de mujeres que no son tomadas en cuenta. Las simples acciones de consumir, participar y compartir dichas historias, servirá para poder enriquecer sus conocimientos y aprender de las muchas cosas que las mujeres tienen por contar al mundo.

A la Universidad Iberoamericana del Ecuador y sus estudiantes se les recomienda indagar a profundidad en la vinculación de metodologías comunicacionales transmedia con procesos de aporte al desarrollo social, donde puedan crear alianzas estratégicas con diferentes organismos que desarrollen programas de aporte a los derechos humanos, con modelos amplios de diálogo,

donde a su vez la Universidad pueda beneficiarse con un modelo de marketing indirecto y comprometido con causas sociales.

Se recomienda a las Instituciones Gubernamentales, tales como Centros de Equidad y Justicia del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Secretaría de Inclusión Social del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Secretaría de Derechos Humanos y Consejo Nacional para la Igualdad de Género, planificar y ejecutar diseños comunicacionales participativos, donde las personas puedan ser la voz de las temáticas, tal como el ejemplo de la guía, con la que muchas participantes pueden tomar su propia voz para exponer sus historias y brindar nuevos conocimientos a la sociedad, sin la necesidad de la vocería de los entes públicos. Así, la credibilidad del trabajo de dichas instituciones será más honesto y real, frente al falso protagonismo que muchas de ellas quieren tener por la ejecución de proyectos similares.

A los futuros Investigadores, se les recomienda profundizar en el tema para lograr ejecutar más experiencias y procesos dialógicos comunicacionales, donde el proceso logre arrojar más rastros que permitan crear comunidades sostenidas en la creación y manipulación de herramientas comunicacionales acordes a su contexto.

Se recomienda a los medios de comunicación tener mayor atención y vinculación con los procesos de narraciones expandidas, devenidos de la ciudadanía, donde el eje principal sea exponer creativamente historias que enseñen e inviten a dialogar a la población en general con temáticas de erradicación de violencia de género, mediante la investigación de este tipo de narraciones y la promoción de las mismas en sus espacios comunicacionales masivos.

A los Promotores del Municipio de Quito, deberían tomar como referencia la guía didáctica y audiovisual, y aplicar la mayoría de sus actividades, con el objetivo de mejorar el proceso edu-comunicacional que se desarrolla con la ciudadanía.

La implementación de estrategias edu-comunicacionales abordadas en la guía deben ser consideradas como procesos continuos, que permita corregir las falencias a nivel edu-comunicacional que han sido detectadas en el análisis del

actual modelo de enseñanza. Esto contribuirá a mejorar la imagen corporativa de la institución y producirá una percepción positiva en sus públicos, lo que ayudará a reforzar su competitividad y sustentabilidad a largo plazo.

ANEXOS

ANEXO A1: CUESTIONARIO 1: CANALES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROMOTORES

Con esta encuesta se pretende conocer cuáles son los medios de comunicación utilizados para la socialización de información sobre los programas de Prevención de violencia de género del Municipio.

1.- ¿Conoce en qué consisten los programas de prevención de violencia de género del Municipio?

SÍ

NO

2.- Señale los programas de prevención de violencia de género de los cuales usted tiene mayor información

- Programa de Voluntariado
- Programa de Comunicación
- Programa de Prácticas Culturales
- Programa de Información

3.- Le gustaría recibir información más específica sobre los programas de prevención de violencia de género del Municipio.

SÍ

NO

4.- ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre programas de prevención de violencia de género del Municipio?

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Twitter
- Gmail
- Herramientas de Google
- Página web
- Carteleras
- Otros

Indique cuáles:

5.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información sobre los programas prevención de violencia de género?

- Todos los días
- Una vez por semana

- Una vez cada quince días
- Una vez al mes
- Anualmente

6.- ¿Qué tipo de contenidos le gustaría recibir de estos programas?

- Fotografías
- Noticias
- Historias de vida
- Boletines informativos
- Infografías
- Recordatorios de eventos y reuniones

7.- ¿En qué programa le gustaría apoyar y por qué?

- Programa de Voluntariado
- Programa de Comunicación
- Programa de Prácticas Culturales
- Programa de Información

ANEXO A2: CUESTIONARIO 2: GRUPOS DE INTERÉS DEL MUNICIPIO

Con esta encuesta se pretende conocer los grupos de interés de la Secretaría del Municipio y sus principales necesidades.

1.- ¿A cuál de estos grupos pertenece usted?

- Directorio
- Colaboradores
- Promotores

2.- Escriba cuáles son los principales canales de comunicación que se utilizan en el Municipio

3.- ¿Cuáles son los principales temas de interés en cuanto a prevención de violencia de género?

Temas de interés:

- Relaciones afectivo-sociales
- Roles de género
- Acceso a información
- Herramientas edu-comunicacionales
- Otras y cuáles son:

¿Por Qué?

4.- ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales y de accionar del área a la que usted pertenece?

- Campañas comunicacionales
- Eventos
- Difusión de información mediante medios digitales
- Otras y cuáles son:

¿Por Qué?

5.- ¿Cómo compartiría información respecto a la Prevención de violencia de género con su público objetivo?

- Historias en redes sociales

Infografías

Material gráfico

Otras y cuáles son:

¿Por Qué?

ANEXO B: GUIÓN DE ENTREVISTA SOBRE EL PROGRAMA DE TALLERES DE LOS PROMOTORES DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO DEL MUNICIPIO DE QUITO

Con esta encuesta se pretende conocer los objetivos del programa y el estado actual de los mismos.

Nombre del programa:

Responsable:

- 1. ¿Cuáles son los objetivos que se quiere lograr con este programa?**
- 2. ¿Qué tipos de estrategias comunicacionales se han desarrollado para la implementación de este programa?**
- 3. ¿Considera usted que estas estrategias han sido funcionales?**
- 4. ¿Mediante qué medios se difunde la información del programa al público?**
- 5. ¿Con qué frecuencia se difunde información sobre este programa y su ejecución?**
- 6. ¿Cuál ha sido la percepción del público sobre las estrategias de edu-comunicación del Municipio?**
- 7. ¿Considera usted que este programa ha contribuido en la Prevención de violencia de género en la ciudad?**

ANEXO C1: INSTRUMENTO 1 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.				
Pertinencia de las variables con los indicadores.				
Desarrollo de la Operacionalización				
Relevancia del contenido.				
Factibilidad de aplicación.				

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
9														
10														
11														
n#														

Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: _____

Validado por: _____
 Profesión: _____
 Cargo que desempeña: _____
 Firma: _____
 Fecha: _____

ANEXO C2: INSTRUMENTO 2 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.				
Pertinencia de las variables con los indicadores.				
Desarrollo de la Operacionalización				
Relevancia del contenido.				
Factibilidad de aplicación.				

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
9														
10														
11														
n#														

Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: _____

Validado por: _____

Profesión: _____

Cargo que desempeña: _____

Firma: _____

Fecha: _____

ANEXO D: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL ENTREVISTA

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.				
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación				
Relevancia del contenido.				
Factibilidad de aplicación				

Apreciación cualitativa:

Observaciones: _____

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
9												
10												
11												
n#												

Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: _____

Validado por: _____

Profesión: _____

Cargo que desempeña: _____

Firma: _____

Fecha: _____

ANEXO E1: INSTRUMENTO 1 DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores.				
Desarrollo de la Operacionalización				
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.		X		

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones:

1. Debes incorporar una pregunta que apunte al aspecto señalado en el objetivo del instrumento "medios de comunicación utilizados"
2. Mejorar la redacción de algunas preguntas y especificar qué tipo de programa si es social e indicar de cuál municipio.
3. Debes incorporar una pregunta que indique sobre los medios que utiliza actualmente el municipio de Quito para socializar la información de los

programas sociales con fines preventivos sobre violencia de género
ejecutados por el Municipio de Quito.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
1		X	x			x	x		x			x		¿Conoce en qué consisten los programas xxxx con fines preventivos sobre violencia de género ejecutados por el Municipio de xxx?
2		X	x			x	x		x		X			De acuerdo a su conocimiento, ¿Cuáles son los tipos de programas sociales con fines preventivos sobre

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
														violencia de género que desarrolla el Municipio de xxx?
3		x	x			x	x		x		X			¿Le gustaría recibir información de los programas xxx con fines preventivos sobre violencia de género que desarrolla el Municipio de xxx?
4		X	x			x	x		x		X			Cuáles son los medios de comunicación que usted prefiere para recibir información de los programas xxx con fines preventivos sobre

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
														violencia de género que desarrolla el Municipio de xxx?
5		x	x			x	x		x		X			¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información de los programas xxx con fines preventivos sobre violencia de género que desarrolla el Municipio de xxx?
6	x		x			x	x		x		X			
7	x		x			x	x		x		X			

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones

1. Debes incorporar una pregunta que apunte al aspecto señalado en el objetivo del instrumento “medios de comunicación utilizados”
2. Mejorar la redacción de algunas preguntas y especificar qué tipo de programa si es social e indicar de cuál municipio.
3. Debes incorporar una pregunta que indique sobre los medios que utiliza actualmente el municipio de Quito para socializar la información de los programas sociales con fines preventivos sobre violencia de género ejecutados por el Municipio de Quito.

Validado por: Andrea Vidanovic Geremich

Profesión: Mg. Investigación Educativa

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 16/12/2020



JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	x			
Desarrollo de la Operacionalización	x			
Relevancia del contenido.	x			
Factibilidad de aplicación.	x			

Apreciación cualitativa: Bien desarrollado, mide lo que pretende

Observaciones: _____





JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
1	X		X			X	X		X		X			
2	X		X			X	X		X		X			
3	X		X			X	X		X		X			
4	X		X			X	X		X		X			
5	X		X			X	X		X		X			
6	X		X			X	X		X		X			
7	x		x			X	x		x		x			
8														
9														





Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Util pero no esencial	No importante	
10														
11														
n#														

Apreciación cualitativa: Está bien construido, mide lo que pretende.

Validado por: Jorge Munive Romero

Profesión: Diseñador Gráfico y productor Audiovisual

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 30 de diciembre de 2020.



JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.			X	
Pertinencia de las variables con los indicadores.				X
Desarrollo de la Operacionalización			X	
Relevancia del contenido.			X	
Factibilidad de aplicación.		X		

Apreciación cualitativa: Preguntas poco relacionadas con el objetivo del instrumento

Observaciones En su mayoría, las preguntas o no son necesarias, o no están planteadas para el público objetivo del instrumento (Promotores), por lo tanto no permitirían cumplir con el objetivo.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
1	X					X	X			X			X	Es una pregunta innecesaria, pues le pregunta a los mismos promotores si conocen de la existencia del programa en el cual están vinculados.
2	X					X	X			X			X	Es una pregunta innecesaria, pues le

															pregunta a los mismos promotores si conocen de la existencia del programa en el cual están vinculados.
3	X					X	X			X			X	Plantea una pregunta que va direccionada a un público externo a los programas, cuando el cuestionario se plantea para aplicarse a los promotores.	
4	X					X	X			X			X	Plantea una pregunta que va direccionada a un público externo a los programas, cuando el cuestionario se plantea para	

															aplicarse a los promotores.
5	X					X	X			X				X	Plantea una pregunta que va direccionada a un público externo a los programas, cuando el cuestionario se plantea para aplicarse a los promotores.
6	X					X	X			X				X	Plantea una pregunta que va direccionada a un público externo a los programas, cuando el cuestionario se plantea para aplicarse a los promotores.
7	X					X	X		X						Responde a los objetivos del instrumento.

Validado por: Karina Escalona Peña

Profesión: Periodista

Cargo que desempeña: Docente



Firma:

Fecha: 10 de enero de 2021

ANEXO E2: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores.				
Desarrollo de la Operacionalización				
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.		x		

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones:

1. Mejorar la redacción de algunas preguntas y los aspectos ortográficos.
2. Establecer de forma clara el propósito de la pregunta número tres.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
1	X		x			x	x		x		x			
2		X	X			X	X		X		X			Señale ¿Cuáles son los principales canales de comunicación que se utilizan en el Municipio de Quito para difundir información sobre.....?

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
3		X		X		X		X		X				<p>No se entiende el propósito de la pregunta.</p> <p>¿Qué quieres indagar? ¿Sera sobre los principales temas que abordados por el Municipio de Quito para prevenir la violencia de género? Si es así no es lo mismo a lo que estas planteando.</p> <p>Es esencial siempre y cuando</p>

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
														se oriente la pregunta
4		x	x			x	x		x		x			Arreglar el aspecto de ortografía
5		x	x			x	x		x		x			Arreglar el aspecto de ortografía

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones:

1. Mejorar la redacción de algunas preguntas y los aspectos ortográficos.
2. Establecer de forma clara el propósito de la pregunta número tres.

Validado por: Andrea Vidanovic Geremich

Profesión: Mg. Investigación Educativa

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 16/12/2020

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Desarrollo de la Operacionalización	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación.	x			

Apreciación cualitativa: Es funcional y claro, mide lo que pretende.

Observaciones: _____





Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Mide lo que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	
10														
11														
n#														

Apreciación cualitativa: El instrumento está bien estructurado, mide lo que pretende.

Validado por: Jorge Munive Romero

Profesión: Diseñador Gráfico y productor Audiovisual

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 30 de diciembre de 2020.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores.		X		
Desarrollo de la Operacionalización				
Relevancia del contenido.			X	
Factibilidad de aplicación.	X			

Apreciación cualitativa: _____ Debe perfilarse mejor para estar acorde con los objetivos planteados.

Observaciones: _____

_____ Objetivo del instrumento se plantea de manera ambigua.

Preguntas sin pertinencia o relación con el objetivo explícito del instrumento.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación:

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Medio que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil o no esencial	No importante	
1	X					X	X			X			X	Si se dirige a los promotores el instrumento, qué sentido tiene indagar acerca de a cuál estructura pertenece.
2	X					X	X			X			X	Indaga acerca de una generalidad que

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Medio que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Eseñcial	Útil per o no eseñcial	No impo rtante	
														no es relevante a los propósitos de investigación
3	X					X	X			X			X	Aunque plantea un tema que puede ser relevante para la investigación en sí, no está acorde con los objetivos del instrumento. Incluso puede aludir a información

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a la población		Medio que pretende		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil o no esencial	No importante	
														que no posee la población a quien se aplicará el instrumento.
4		X				X	X			X		X		Contempla dos preguntas en una, y ofrece múltiples opciones, que pueden corresponder a una u otra.
5		X				X	X			X		X		Acorde con el objetivo.

Validado por: _____ Karina Escalona Peña _____

Profesión: _____ Periodista _____

Cargo que desempeña: _____ Docente _____



Firma: _____

Fecha: _____ 10 de enero de 2021 _____

ANEXO F: INSTRUMENTO DE VALIDACION DEL ENTREVISTA

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación		X		

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones:

1. Establecer en la pregunta el programa del cuál se hace referencia.
2. Las preguntas tres y siete conducen a respuestas cerradas, se entiende que realizas una entrevista para profundizar. Reorientar la pregunta de forma que puedas aprovechar la información brindada por el entrevistado para tu proceso de interpretación.
3. Mejorar redacción de las preguntas
4. La pregunta cinco y seis se repiten.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	x		x			x	x			x		Indicar cuál programa
2	x		x			x	x		x			
3		x	x		x			x		x		Esta pregunta es cerrada. La respuesta puede ser SI o NO. Y se supone que decides hacer una entrevista para profundizar. Reorientar la pregunta.
4		x	x			x	x			x		¿Cuáles son los medios que se emplean para

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												difundir la información del programa xxxx?
5	x		x			x	x		X			
6	x		x			x	x				x	Es la misma que la anterior. Eliminar.
7		x	x			x	x				X	Esta pregunta es cerrada. La respuesta puede ser SI o NO. Y se supone que decides hacer una entrevista para profundizar. Recomiendo mejorar la formulación de la pregunta de manera que el entrevistado te responda los resultados que

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												evidencian la prevención de violencia de género a partir de programa implementado.

Apreciación cualitativa:

El instrumento es adecuado, siempre y cuando se apliquen las observaciones detalladas en el siguiente aspecto.

Observaciones:

1. Establecer en la pregunta el programa del cual se hace referencia.
2. Las preguntas tres y siete conducen a respuestas cerradas, se entiende que realizas una entrevista para profundizar. Reorientar la pregunta de forma que puedas aprovechar la información brindada por el entrevistado para tu proceso de interpretación.
3. Mejorar redacción de las preguntas

Validado por: Andrea Vidanovic Geremich

Profesión: Mg. Investigación Educativa

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 16/12/2020

**JUICIO DE EXPERTO****INSTRUCCIONES:**

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	x			
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación		x		
Relevancia del contenido.	x			
Factibilidad de aplicación	x			

Apreciación cualitativa: El instrumento es básico, pero mide lo que pretende

Observaciones

Existe una pregunta duplicada

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	x		x			x	x		x			
2	x		x			x	x		x			
3	x		x			x	x		x			
4	x		x			x	x		x			
5	x		x			x	x		x			
6	x		x			x	x				x	Es igual a la pregunta anterior
7	x		x			x	x		x			
8												
9												
10												
11												
n#												

Apreciación cualitativa: El instrumento es básico, pero mide lo que pretende

Observaciones

Existe una pregunta duplicada


UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



Validado por: Jorge Munive Romero

Profesión: Diseñador Gráfico y productor Audiovisual

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 30 de diciembre de 2020.



JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación	X			
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa: _____ El instrumento, de manera general, responde a los propósitos de la investigación, aunque deben ajustarse algunas cuestiones, las cuales se incluyen en el siguiente apartado (Observaciones).

Observaciones: _____
_____ Las instrucciones no se ajustan a la tipología del instrumento. La introducción parece más la explicación dentro del marco metodológico, que la breve explicación y solicitud que se realiza con el propósito de que quien responde tenga claridad del objetivo de la indagación.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	X		X			X	X		X			Revisar concordancia de número entre sujeto y forma verbal.
2	X		X			X	X			X		Se parte de la premisa de que el/la entrevistado/a conoce las estrategias de comunicación, y eso no es necesariamente cierto. Reestructurar de modo que haya

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar		
												una comprensión y punto de partida de la pregunta.	
3	X			X		X	X					X	<p>Hay un antecedente de relatividad que se incluye en la pregunta anterior.</p> <p>Otra cuestión es que la entrevista se realiza a los/as ejecutores/as del programa, quienes pueden o no tener las herramientas y/o conocimientos especializados para validar la funcionalidad de dichas estrategias, en caso de conocerlas en profundidad. Esta</p>

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												sería una pregunta para un evaluador externo del programa o a partir de criterios estandarizados de evaluación, establecidos de manera previa a su aplicación.
4	X		X		X		X			X		La pregunta en sí misma presupone que existen medios de difusión del programa.
5	X			X		X	X				X	Existe una presuposición de que se difunde el programa. Por otro lado, con una correcta estructura de la pregunta anterior

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												se podría solucionar esta, que parece más una pregunta de encuesta que de entrevista.
6	X			X		X	X				X	Es la misma pregunta que la anterior (5)
7	X		X			X	X				X	Una pregunta cuya respuesta es valorativa, y no necesariamente quien ejecuta el programa está en conocimiento pleno del alcance y resultados. Esta información debería obtenerse de la documentación del proyecto, donde deben constar los

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												informes de resultados.

Apreciación cualitativa: Un instrumento que responde a los
requerimientos de la
investigación.

Observaciones: Faltarían preguntas asociadas a la gestión del programa
relativas a alcance y proyecciones, de manera que se ajuste de mejor manera a
los objetivos del instrumento de
investigación.

Validado por: MsC. Karina Escalona Peña

Profesión: Docente/Investigadora

Cargo que desempeña: Docente área de Comunicación



Firma: _____

Fecha: 10/01/2021

ANEXO G: ANALISIS DEL CUESTIONARIO. TABLAS Y GRÁFICOS.

Tabla 1

Pregunta No. 1. ¿Conoce en qué consisten los programas de prevención de violencia de género del Municipio?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Tabla 5 Dimensión Contenido de Programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

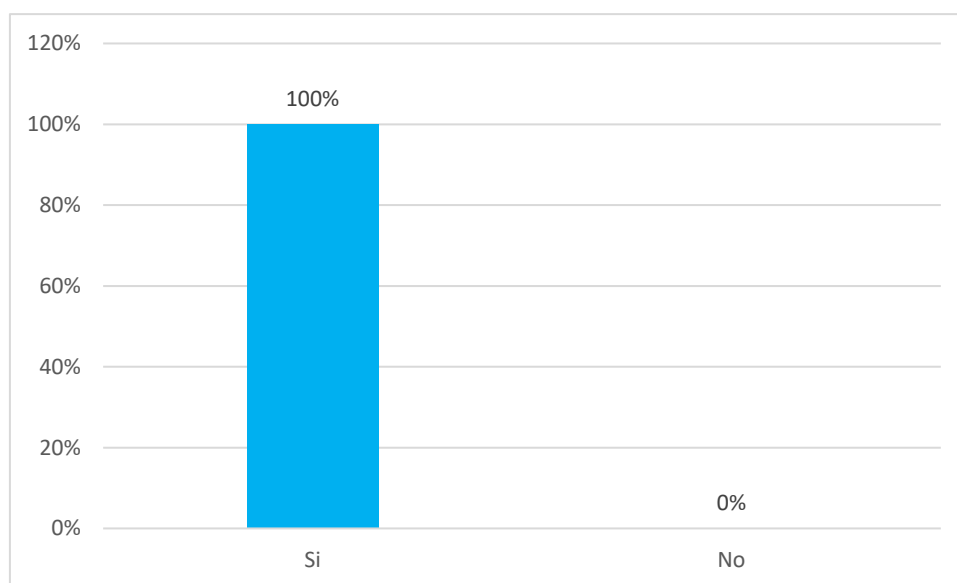


Gráfico No. 1. Pregunta 1. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 2

Pregunta No. 2. Señale los programas de prevención de violencia de los cuales usted tiene mayor información.

	Frecuencia de conocimiento	Porcentaje
Programa de Voluntariado	1	14%
Programa de Comunicación	2	29%
Programa de Prácticas Culturales	2	29%
Programa de Información	3	43%
Otros	1	14%

Tabla 6 Dimensión Conocimiento de Programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

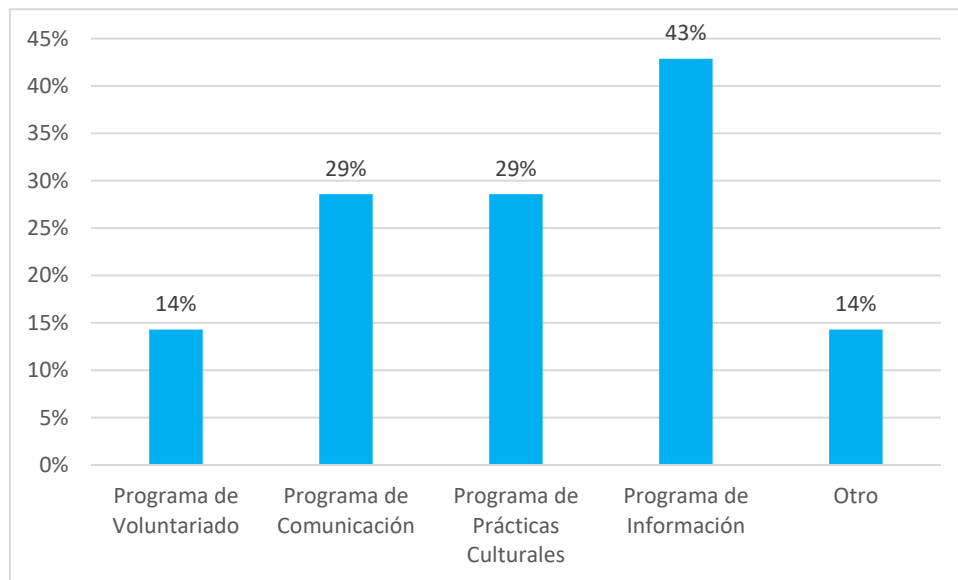


Gráfico No. 2. Pregunta 2. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 3

Pregunta No. 3. ¿Le gustaría recibir información más específica sobre los programas de prevención de violencia de género del Municipio?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Tabla 7 Dimensión Recepción de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

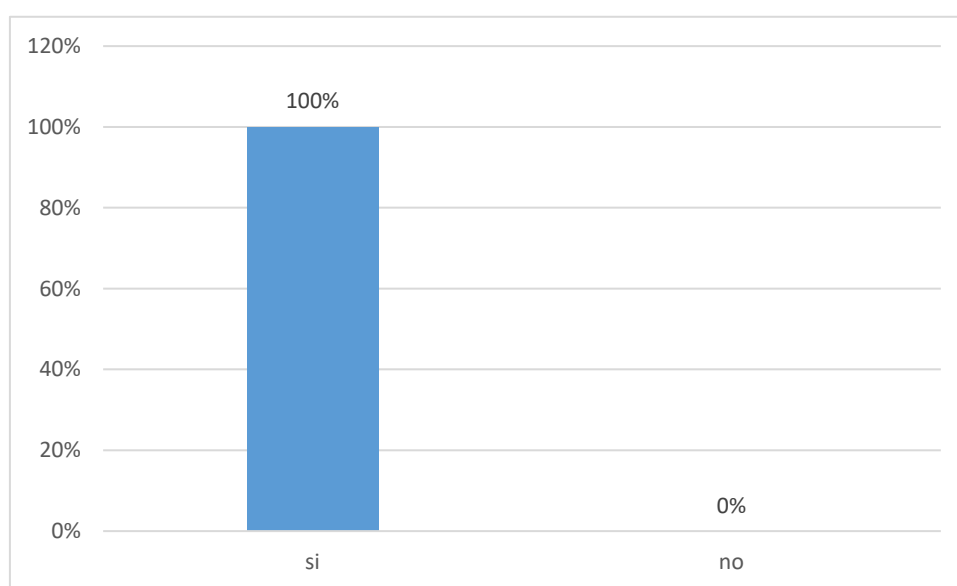


Gráfico No. 3. Pregunta 3. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 4

Pregunta No. 4. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre programas de prevención de violencia de género del Municipio?

	Frecuencia de interés	Porcentaje
Facebook	6	86%
WhatsApp	4	57%
Instagram	4	57%

Twitter	3	43%
Gmail	1	14%
Herramientas de Google	2	29%
Página web	4	57%
Carteleras	5	71%
Otros	1	14%

Tabla 8 Dimensión Medios de recepción de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

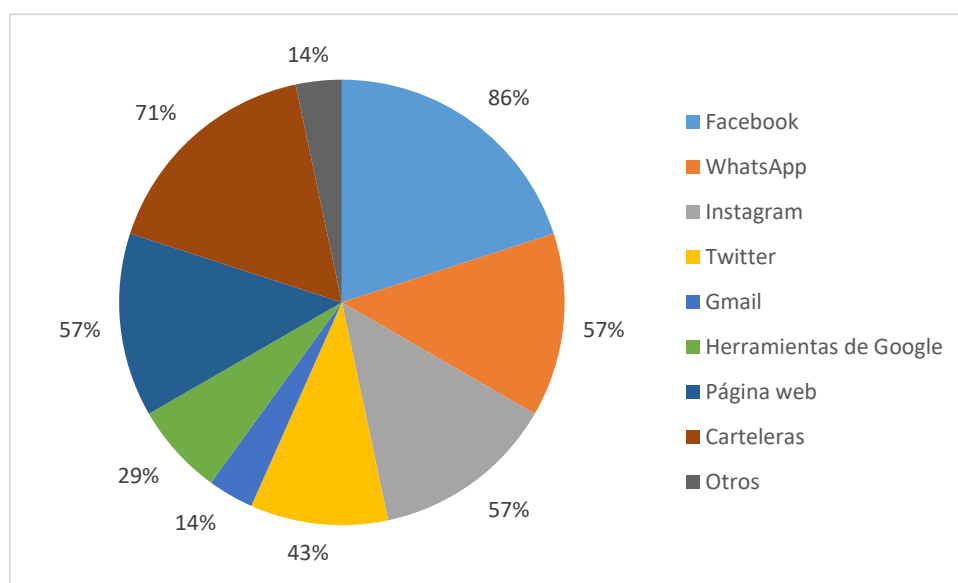


Gráfico No. 4. Pregunta 4. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 5

Pregunta No. 5. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información sobre los programas prevención de violencia de género?

	Número de personas	Porcentaje
Todos los días	2	29%
Una vez por semana	3	43%
Una vez cada quince días	1	14%
Una vez al mes	1	14%
Anualmente	0	0%
Total	7	100%

Tabla 9 Dimensión Frecuencia de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

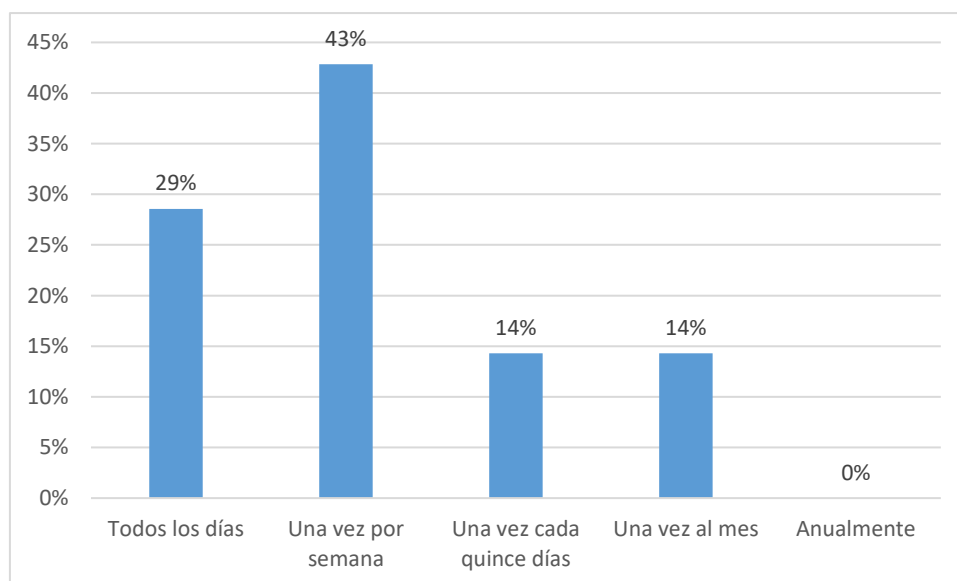


Gráfico No. 5. Pregunta 5. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 6

Pregunta No. 6. ¿Qué tipo de contenidos le gustaría recibir de estos programas?

	Frecuencia Múltiple	Porcentaje
Fotografías	2	29%
Noticias	4	57%
Historias de vida	2	29%
Boletines informativos	4	57%
Infografías	4	57%
Recordatorios de eventos y reuniones	4	57%

Tabla 10 Dimensión Tipos de contenidos de información de los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.

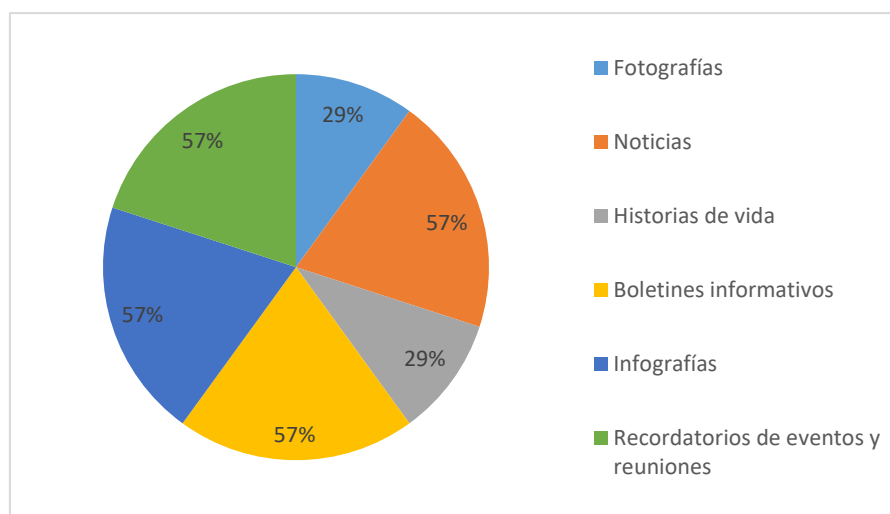


Gráfico No. 6. Pregunta 6. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).

Tabla 7

Pregunta No. 7. ¿En qué programa le gustaría apoyar?		
	Frecuencia de conocimiento	Porcentaje
Programa de Voluntariado	1	14%
Programa de Comunicación	1	14%
Programa de Prácticas Culturales	3	43%
Programa de Información	4	57%
Otros	1	14%

Tabla 11 **Dimensión Apoyo a los programas. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

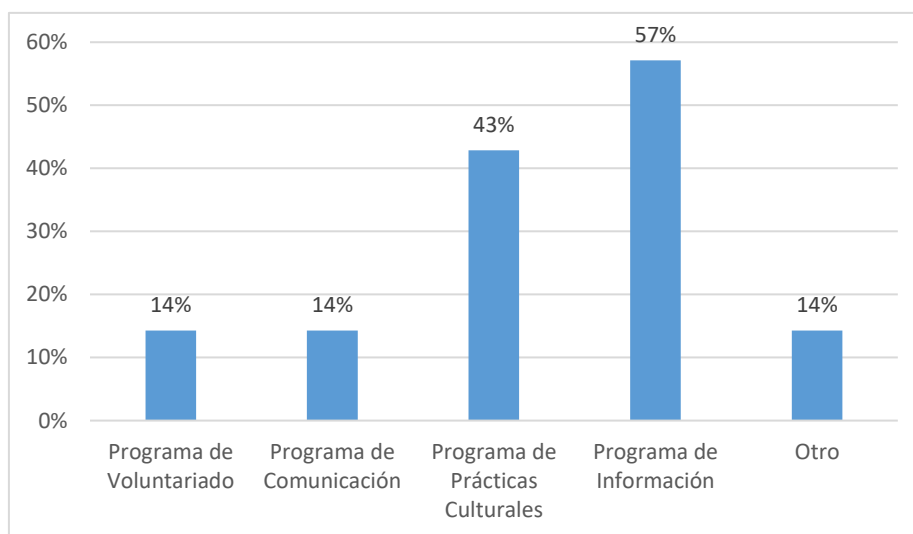


Gráfico No. 7. **Pregunta 7. Fuente: Encuesta a PPVG. Elaborado por: Samaniego, (2021).**

ANEXO H: ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS – TRANSCRIPCION DE ENTREVISTAS

1. ¿Cuáles son los objetivos que se quiere lograr con este programa?

informante	verbalizaciones	código	subcategoría	Categoría
Rodrigo Sánchez	reducir la violencia de género en el distrito Metropolitano de Quito brindar servicios especializados a las víctimas de violencia de género	reducir la violencia de género brindar servicios especializados a las víctimas de violencia de género	Sensibilizar y concientizar a la comunidad en relación a violencia de género Capacitar a la comunidad en relación a violencia de género	Objetivo del programa.
Estefanía Hidalgo	erradicar la violencia en sus diversas manifestaciones de género intrafamiliar sexual y maltrato infantil	erradicar la violencia en sus diversas manifestaciones	Prevenir la violencia de género Reducir la violencia de género	
Mónica Rojas	la atención a víctimas de violencia debe ser prioritario para mujeres, niñas y niños que han pasado por situaciones de violencia, la prevención se debe manejar mediante acciones diversas y es ahí donde necesitan de todas las herramientas posibles para la vinculación en derechos humanos	Atención a víctimas de violencia	Brindar servicios especializados a las víctimas de violencia Promoción de los Derechos Humanos prevención de violencia y atención integral	

Jorge Luis Bustamante	sensibilizar y capacitar a la comunidad en temáticas de prevención y violencia	sensibilizar y capacitar a la comunidad en temáticas de prevención y violencia		
Doris Ortiz	prevenir violencia en todos los grupos etarios sensibilizar el temas de violencia concientizar sobre derecho y género	prevenir violencia en todos los grupos etarios sensibilizar los temas de violencia concientizar sobre derecho y género		
Ana María Guanotásig	atención integral desde psicología trabajo social y área legal a personas que viven en situaciones de violencia además de disminuir los índices de violencia a nivel poblacional desde la promoción de derechos y prevención de violencias	Atención integral desde psicología trabajo social y área legal Disminuir índices de violencia a nivel poblacional promoción de derechos y prevención de violencias		
Marco Urbina	promoción de los Derechos Humanos prevención de violencia y atención integral a Víctimas de violencia en el distrito	promoción de los Derechos Humanos prevención de violencia y atención integral		

	Metropolitano de Quito			
--	------------------------	--	--	--

2. ¿Qué tipos de estrategias comunicacionales se han desarrollado para la implementación de este programa?

informante	verbalizaciones	código	subcategoría	Categoría
Rodrigo Sánchez	difusión en medios masivos y desarrollo de ferias	Ferias	Actividades en exteriores	Medios de comunicación
Estefanía Hidalgo	teatro foro espacio reflexivo obras de teatro obra de títeres teatro de sombras programa alternativo	teatro foro Títeres	Medios artísticos Nuevos medios de comunicación	
Mónica Rojas	desde el área de promoción de derechos hemos desarrollado teatro foros teatro encuestas reflexivas títeres no tenemos realmente difusión en redes sociales o medios de comunicación. desde el área de comunicación del municipio suelen publicar fotografías de las actividades que el área de promoción de derechos realiza en territorio	teatro foro encuestas fotografías de registro de actividades	Medios escritos Ejercicios físicos Medios didácticos	
Jorge Luis Bustamante	comunicación asertiva programas de comunicación vías alternas para ahorrar tiempo en lo que se necesita			
Doris Ortiz	Trípticos, pósters, ferias de promoción el centro de equidad y Justicia itinerante	Trípticos póster feria		
Ana María Guanotásig	la metodología que se emplea es lúdica	Talleres Teatro		

	<p>participativa desde la educación popular y la psicología de la liberación, además de emplear métodos de teatro del oprimido, títeres, teatro espontáneo de sombras, máscaras entre otras. Las herramientas educomunicacionales desarrolladas en torno a encuentros o talleres promueven una mayor participación y permiten un trabajo corporal, el cual a su vez ayuda a que la violencia vivida que se queda en las células, con trabajo corporal se pueda sanar y reconstruir una propia experiencia fortalecida.</p>	<p>Actividades lúdicas Títeres Trabajo corporal</p>		
Marco Urbina	<p>elaboración de materiales de difusión juegos charlas centro de equidad y Justicia itinerante redes sociales facebook y Twitter</p>	<p>Materiales didácticos de difusión Charlas Redes Sociales</p>		

3. ¿Considera usted que estas estrategias han sido funcionales?

informante	verbalizaciones	código	subcategoría	Categoría
Estefanía Hidalgo	<p>pienso que son estrategias que permiten sensibilizar a la</p>	<p>Permiten sensibilizar a la población</p>	<p>Análisis Desarrollo de las estrategias</p>	<p>Estrategias comunicacionales.</p>

	<p>población respecto de la prevención de violencia sin embargo lograr una verdadera prevención requiere de procesos sostenidos con la población Más allá de las estrategias es importante que sea un proceso continuo lo que muchas veces no se logra y la percepción del público frente a la labor de los promotores no termina de ser bien visibilizada es importante plantear una educación en torno a estereotipos, relaciones de poder, violencia, ciclo de violencia y mitos del amor romántico</p>	<p>No existe un proceso continuo que las sostenga</p> <p>No se logra visibilizar la labor de los promotores</p> <p>Se debe plantear una educación en torno a estereotipos, relaciones de poder, violencia, ciclo de violencia y mitos del amor romántico</p>	Educación	
Mónica Rojas	<p>a nivel local tienen impacto las herramientas que usamos los promotores pero las de estrategias comunicacionales parece no funcionar por realizaron encuestas municipales Si conocían a los</p>	<p>Se realizaron encuestas y se encontró que las de estrategias comunicacionales no funcionan</p>		

	ces y resultó que la población en general no nos conoce			
Jorge Luis Bustamante	a veces cuando podemos concretar bien los parámetros de los cuales nos vamos a comunicar	Funcionan solo los parámetros a comunicar		
Doris Ortiz	parcialmente	No funcionan		
Ana María Guanotasing	creo que son muy funcionales sin embargo es necesario la inclusión de más de organizaciones y voluntad política ya que abarcamos un territorio muy Extenso.	Necesitan acompañamiento de más organismos públicos para lograr generarlas		
Marco Urbina	puede mejorar funciones	No son suficientes		

4. ¿Mediante qué medios se difunde la información del programa al público?

informante	verbalizaciones	codigo	subcategoría	Categoría
Rodrigo Sánchez	radio municipal redes sociales carteles y ferias información en los talleres y espacios de capacitación de los centros de equidad y Justicia talleres y espacios de capacitación de los centros de	Medios de comunicación tradicionales Eventos públicos Redes Sociales Talleres de capacitación	Medios de comunicación tradicionales, online, talleres y eventos públicos Difusión de la información Material gráfico que hable acerca de la	difusión de las campañas de comunicación

	equidad y justicia		deconstrucción de paradigmas y el empoderamiento o femenino Campañas institucionales
Estefanía Hidalgo	Se difunde pocas veces a través de redes sociales los servicios que realizamos las CJ simplemente ponen una pequeña descripción de los talleres acompañados de fotos	Se difunde poco Posts simples en redes sociales	
Mónica Rojas	redes sociales Twitter y Facebook de la Secretaría de Seguridad y gobernabilidad hace 4 meses que no lo hace el equipo de promoción lo realiza cada vez que iniciamos un proceso educativo entregamos material educomunicación	Redes sociales de la Secretaría de Seguridad y gobernabilidad Se difunde cada mes y al iniciar un taller	
Jorge Luis Bustamante	Facebook Twitter. Recursos técnicos como trípticos, posters, ferias y promoción itinerante, considerándolas de modo parcial y no trascendental o Sostenibles, muchas veces son cosas banales y sin	Medios escritos Falta material gráfico que hable acerca de la deconstrucción de paradigmas y el empoderamiento femenino	

	<p>tanto contenido, pero si creáramos una infografía o algún material gráfico con ellas mismas que hable acerca de la deconstrucción de paradigmas y el empoderamiento femenino, los grupos personales que habitan en las redes de cada una de las participantes, se volcara a ser parte de esa experiencia y más personas aprenderían nuevas cosas</p>			
Doris Ortiz	<p>centro de equidad y Justicia itinerante feria de derechos y campañas</p>	<p>Campañas comunicacionales del Municipio</p>		
Ana María Guanotásig	<p>no existe desde esta administración en la alcaldía la difusión y publicación de las actividades que se desarrollan desde los centros de equidad y Justicia antes lo hacían en Twitter y Facebook, sin embargo, la</p>	<p>No hay difusión permanente</p>		

	reacción de las personas siempre es que no sabían de los servicios.			
Marco Urbina	web Facebook Twitter taller de sensibilización capacitación	Páginas web oficiales		

5. ¿Con qué frecuencia se difunde información sobre este programa y su ejecución?

informante	verbalizaciones	código	subcategoría	Categoría
Rodrigo Sánchez	A excepción de los talleres el resto de información es esporádica y escasa. Cada vez que uno de los promotores realiza una actividad se envía una publicación de lo que hará al departamento de comunicación central del Municipio. Además, los Centros de Equidad y Justicia y su equipo buscan por sus propios medios, espacios para la difusión de los servicios de atención en casos de violencia	Cada vez que se realizan talleres se envía una publicación Los Centros de Equidad y Justicia difunden información de atención en casos de violencia	Comunicación de las actividades por parte de los trabajadores y los Centros de Equidad y Justicia Comunicación no apropiada de la información Baja frecuencia de comunicación una vez al mes Los Promotores se encargan de comunicar Uso de canales oficiales de la Secretaría	Frecuencia de la difusión
Estefanía Hidalgo	desde mayo del 2017 y no se ha publicado nada de los CJ centros	No se comunica apropiadamente la información		

	de equidad y Justicia	de los programas		
Mónica Rojas	hace 4 meses que no se realiza Pero antes era a diario el equipo de promoción lo realizaba a diario			
Jorge Luis Bustamante	baja frecuencia no se posiciona la imagen del centro de equidad y Justicia			
Doris Ortiz	una vez al mes	una vez al mes		
Ana María Guanotásig	cada vez que uno de los promotores realiza una actividad se envía para su publicación además los centros de equidad y Justicia y su equipo buscan espacios para difundir los servicios de atención en Casos de Violencia	Los Promotores se encargan de comunicar su trabajo		
Marco Urbina	semanal es en la web de la Secretaría, a diario el territorio	Se publica en los canales oficiales		

6. ¿Cuál ha sido la percepción del público sobre las estrategias de edu-comunicación del Municipio?

informante	verbalizaciones	codigo	subcategoria	Categoría
Rodrigo Sánchez	los talleres de capacitación tienen gran importancia de información y su difusión entre la población encontraste al resto de estrategias no genera ningún impacto en la población	Los talleres son importantes y tienen buen desarrollo No funcionan las demás estrategias	Recepción de información por medio de talleres Percepción Claro planteamiento de metodologías Uso de la reflexión y sensibilización para percibir las estrategias	Percepción del público acerca de las estrategias de comunicación
Estefanía Hidalgo	Las metodologías que empleamos son bien recibidas y no hay estrategias comunicacionales a nivel de la secretaría	Metodologías bien recibidas No hay estrategias de comunicación	Trabajo de los promotores que no es visibilizado	
Mónica Rojas	su reacción es no sabíamos de estos servicios y frente a nuestras metodologías les gusta mucho que sea reflexivas y de sensibilización	Desconocimiento del programa por parte del público Actividades que usan la reflexión y sensibilización como estrategia	Buen desarrollo de los talleres Bajo alcance de público No se conoce el programa	
Jorge Luis Bustamante	cuando se trata de nuestro trabajo en campo nuestras estrategias son muy buenas pero la percepción del público frente a nuestra labor no se visibiliza	Buenas estrategias de trabajo en campo No se visibiliza la labor de los promotores		
Doris Ortiz	Las mujeres que participan comentan cosas	Comentarios positivos de los talleres		

	positivas y han traído a más personas, llegando al punto en el que luego de los talleres realizados, se aplica una evaluación a los participantes y la mayoría han calificado de 9 y con muchas palabras de aceptación.			
Ana María Guanotásig	es muy baja de acuerdo al último informe del observatorio de Seguridad Ciudadana varias personas conocen sobre los servicios al ser el centro de equidad y Justicia Quiénes socializa sus servicios, pero el alcance es bajo	Bajo alcance de público		
Marco Urbina	no llegó a muchas personas para lo que a veces comentan en positivo las y los participantes del proceso	Desconocimiento de las personas acerca del programa		

7. ¿Considera usted que este programa ha contribuido en la Prevención de violencia de género en la ciudad?

informante	verbalizaciones	código	subcategoría	Categoría
Rodrigo Sánchez	Ha contribuido en forma limitada debido a que a que su acción en el territorio Aún es limitada como también los mensajes y la información no ha llegado fondo la población de la población y las autoridades. Pero es importante seguir construyendo espacios de talleres con la gente, en donde podamos discutir acerca de roles de género, prevención de abuso sexual infantil y relaciones efectivo sociales	No ha contribuido Es importante contribuir con talleres para la gente, en donde se pueda discutir acerca de roles de género, prevención de abuso sexual infantil y relaciones efectivo sociales	Seguimiento y evaluaciones Genera conocimientos nuevos Atención integral desde la psicología, el trabajo social y el área legal	Contribución del programa
Estefanía Hidalgo	Si compleja pregunta pero deberíamos de seguimiento y evaluar actitudes comportamientos y creencias de nuestros participantes para ver y fijar el impacto	No se han realizado seguimientos y evaluaciones concretas		
Mónica Rojas	sí contribuye, es necesario que las personas conozcan sobre los mecanismo e instituciones para	Es importante que las personas conozcan sobre los		

	la protección de sus derechos, sino éstos se verán atropellados por falta de información y acompañamiento.	mecanismo e instituciones para la protección de sus derechos		
Jorge Luis Bustamante	Si			
Doris Ortiz	si en un 30%			
Ana María Guanotásig	Sí desde hace más de 10 años. Dentro del trabajo de atención integral a víctimas de violencia, la promoción de derechos humanos es sustancialmente importante, pero eso no podría sostenerse si no existiera una atención integral desde la psicología, el trabajo social y la área legal para personas que viven situaciones de violencia.	Trabajo de atención a víctimas de violencia y promoción de derechos humanos desarrollado desde hace 10 años Contribuye con la atención integral desde la psicología, el trabajo social y la área legal		
Marco Urbina	si el problema es desde estructural y la violencia está más cerca de lo que creen por lo que la contribución es amplia pero insuficiente	Contribución amplia pero insuficiente		

Referencias Bibliográficas

1. Impresos

- Acuña, Fernando & Caloguerea, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Universidad Católica de Chile.
- Aguado, J.M. & Martínez, I.J. (coords.) (2008). *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura*. Biblioteca Nueva.
- Alonso, L. E. (2007). *Sujetos y Discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa*, en *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. España: Editorial Síntesis
- Andrade, X. (2001). *“Masculinidad, disciplina y venganza” en Masculinidades en Ecuador*. Quito: FLACSO
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica*. Caracas: Episteme.
- Balestrini, Miriam (2002). *Cómo se Elabora el Proyecto de la Investigación*. Caracas, Editorial Panapo, sexta Edición.
- Blasco, J. y Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en educación física y deporte: ampliando horizontes*. Alicante, España. Editorial Gamma.
- Bruner, J. (2003). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós Mexicana
- Callejo, Javier (2008): *El esquema sociotemporal en la sociedad digital*. UNED. Madrid.
- Canavilhãs, J., & Rodrigues, C. (2017). *Jornalismo Móvel. Linguagem, Géneros e Modelos de negócio*. Covilha.
- Castells, Manuel. (1998). *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society, Culture; v.1)*. Oxford: Blackwell Publishers. 594 p. ISBN 0631221409.
- Castells, Manuel. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. (V. 1.) Madrid: Alianza Editorial.
- Castillo, Y. y Herrera G. (2017). *Evaluación de conocimientos mediados por la tecnología (e-Evaluación) en Instituciones de Educación Superior*. Quito: UNIBE. 160 pp. ISBN: 978-9942-8586-4-1.

- Costa-Sánchez, C., Rodríguez-Vázquez, A.I., & López-García, X. (2015). *Medios de comunicación móviles. Potencialidades de las aplicaciones para smartphone de los medios de comunicación españoles de mayor audiencia*. Prisma Social, 15, 387-414.
- Comboni, S. y Juárez, J.M. (1990). *Introducción a las técnicas de investigación*. México: Trillas.
- Código Orgánico Integral Penal de Ecuador* (2014)
- Freire, P (1971). *La educación como práctica de la libertad*. Madrid: Siglo XXI editores.
- García Aretio, L. (2002): *La Educación a Distancia, de la teoría a la práctica, Madrid*. (Ed.) Ariel, S.A
- García, Vidal. (1996): *Guía para realizar Adaptaciones Curriculares* (2da ed.) Madrid.
- Habermas. Jürgen. (1989). *Teoría de la acción comunicativa*. Buenos Aires: Taurus.
- Hernández Sampieri, R. (2008). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires: Mc. Graw Hill Education.
- Hernández Sampieri, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Inglaterra: Prentice Hall
- Morillo Pozo, Julian (2010). *Introducción a los dispositivos móviles*. España: Universidad de Oberta de Catalunya
- Morsy, Z. (Coord.) (1984): *La educación en materia de comunicación*. UNESCO, París.
- Levy, Pierre. (2001). *Cibercultura*. Santiago de Chile: Editorial Dolmen.
- Organización Mundial de la Salud et al. (2013). *Global and regional estimates of violence against women: prevalence and health effects of intimate partner violence and non-partner sexual violence*. Ginebra: World Health Organization.
- Prada, J. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid, España: Ediciones Akal.

- Reigeluth, Charles. (1999). *Diseño de la Instrucción. Teorías y Modelos. Un nuevo paradigma de la Teoría de la Instrucción*. Tomos I y II. Editorial Santillana: Madrid.
- Rincón, G. (2012). *Los proyectos de aula y la enseñanza y el aprendizaje del lenguaje escrito*. Bogotá: Editorial Kimpres Ltda.
- Rojas, A.J., Fernández, J.S. y Pérez, C. (1998) *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Villafañe, Justo (2000). *Introducción a la Teoría de la Imagen*. (Ed.) Madrid. Pirámide
- Westlund, O. (2011). *Cross-Media News Work. Sensemaking of the Mobile Media (R)evolution*. Litorapid Media.

2. Digitales

- Adigital: Asociación Española de la Economía digital (2014) *La digitalización de las marcas tradicionales*. Recuperado de: <http://www.adigital.org/noticias/la-digitalizacion-de-las-marcas-tradicionales>
- Aguirre, R. (2012). *Pensamiento Narrativo y Educación. Educere. La revista venezolana de educación*, (Vol.16, No. 53, pp. 83-92.) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35623538010>
- Amador, J. (2014). *Aprendizaje Transmedia en la Era de la Convergencia Cultural Interactiva*. IDEP Educación y ciudad, No. 25, pp. 11-24. Recuperado de www.idep.edu.co
- Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Barros Bastida, C., & Barros Morales, R. (2015). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis*. Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea], 7 (3). pp. 26-31. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>

- Camacho, Gloria (2014). *La violencia de género contra las mujeres en el Ecuador*. Quito. Recuperado desde: https://oig.cepal.org/sites/default/files/violencia_de_gnero_ecuador.pdf
- Cano, L.C. (2015). *Conectividad e intercreatividad en las comunidades tecnosociales: Un estudio de caso: La Liga de Optimistas Pragmáticos*. Proyecto de investigación para la obtención del título de Doctorado en Comunicación y Educación en entornos digitales de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia – España.
- Castells, M. (2005) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. México: Siglo XXI editores. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=uADgO-fONJgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q &f=false
- Domingo y Marqués. (2011). *Aulas 2.0 y uso de las TIC en la práctica docente*. Revista científica de Educomunicación. Comunicar N°37, Vol XIX, pp 169-175. Recuperado de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Comunicar-37-Domingo-Marques-169-175.pdf
- Durán, C. (2014). *¿Qué es la Transmedialidad?* Revista Forbes. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/que-es-la-transmedialidad/>
- Gavilanes Hermosa, M. y Sánchez Sánchez, A. (2017). *Comunicación estratégica para la elaboración, implementación y difusión de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, y Memoria de Sostenibilidad. Caso: ConQuito*. Proyecto de investigación para la obtención del título de Comunicadora Social con énfasis en Comunicación Organizacional. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 123 p.
- Galán. J. (2012). *La Transmedialidad, una nueva gramática para el sujeto complejo*. Recuperado de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=71
- García y Merino. (2013). *El Componente Emocional del discurso Transmedia y su estudio en “Salvados”*. I Congreso internacional de comunicación y sociedad digital. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4249346>
- INEC. (2011). *INEC Instituto nacional de estadística y censos*. Recuperado el 24 de Julio de 2018, de Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/violencia-de-genero/>
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Technology Review. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

- Larequi, Eduardo. (2015). *El uso educativo de las redes sociales*. Blog Propuestas TIC para el área de la lengua. <http://propuestastic.elarequi.com/propuestas-didacticas/el-trabajo-en-red-y-las-redes-sociales/el-uso-educativo-de-las-redes-sociales/>
- Larrondo-Ureta, A., Peña-Fernández, S. & Agirreazkuenaga-Onaindia, I. (2020). *Hacia una mayor participación de la audiencia: experiencias transmedia para jóvenes*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (4), 1445-1454. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.71375>
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización panamericana de salud. Recuperado de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- Otalvaro, C. (2018). *Transbarrio: educación y transmedia para favorecer la participación. Una estrategia de formación en contextos extracurriculares*. Proyecto de investigación para la obtención del título de Magíster en Educación y TIC. Universidad de Antioquia de Medellín, Colombia.
- Pereira y Santacruz (2020). *Contenido transmedia audiovisual sobre el cine negro dirigido a los estudiantes que cursan la asignatura de cinematografía de la Universidad Iberoamericana del Ecuador*. Proyecto de investigación para la obtención del título de Producción y Comunicación Social. Carrera Producción Audiovisual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito.
- Pérez, M. (S.F). *Hábitos de Lectura en Colombia Resultados Relevantes Desde la Escuela y Algunas Hipótesis Explicativas*. Análisis de Resultados del Estudio Nacional sobre hábitos de Lectura Realizado por el Ministerio de Cultura y el DANE 2005. Recuperado de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria_edu/2021076/und_1/pdf/lectura7m1estacion.pdf
- Ruiz, José. 2008. *Sociología de las Organizaciones Complejas*. Recuperado el 26 de abril de 2016 desde: <http://bvirtual.uce.edu.ec:2341/visorswf/14654>
- Scolari, C. (2008). *Ecología de Medios. Mapa de un nicho teórico*. Quaderns del CAC, No.34, pp. 17-25. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3265550>
- Scolari, C. (2009). *Transmedia storytelling. Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production*. International Journal of Communication, 3, 2009, pp. 586-606. Recuperado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/%20viewFile/477/336>
- Scolari, Jiménez y Guerreo. (2012). *Narrativas Transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino Cross-media*. Comunicación y Sociedad, Vol. XXV, No.1, pp.137-164. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/27363/1/SCOLARI.pdf>

- Severin Eugenio y UNESCO (2013). *Enfoques estratégicos sobre las TICS en educación en América Latina y el Caribe*. Santiago (Chile): UNESCO/Oficina Regional de Educación para América Latina. 58 p. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/imagenes/ticsesp.pdf>
- Smith, A. (2009). *Transmedia storytelling in Televisión 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms*. [Grade dissertation. Film and Media Culture, Middlebury College]. <https://bit.ly/2ZePxWQ>
- Túñez, Miguel y Costa, Carmen. 2014. *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. Recuperado el 20 de abril de 2016. http://bvirtual.uce.edu.ec:2341/visorswf/36922_
- CAF, Banco de Desarrollo. (2016). *3 medidas para erradicar la violencia contra mujeres y niñas*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/11/3-medidas-para-erradicar-la-violencia-contra-mujeres-y-ninas/>