



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRANSMEDIA: DEL AMOR AL ODIOS CASOS DE
VIOLENCIA EN LA PROVINCIA DE EL ORO

ORTEGA GONZALEZ JONATHAN WAGNER
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

RAMON ROMAN YULIANA ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

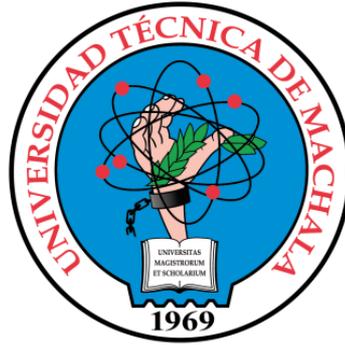
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRANSMEDIA: DEL AMOR AL ODIO CASOS DE
VIOLENCIA EN LA PROVINCIA DE EL ORO

ORTEGA GONZALEZ JONATHAN WAGNER
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

RAMON ROMAN YULIANA ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

NARRATIVA TRANSMEDIA: DEL AMOR AL ODIO CASOS DE VIOLENCIA EN LA
PROVINCIA DE EL ORO

ORTEGA GONZALEZ JONATHAN WAGNER
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

RAMON ROMAN YULIANA ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

MACHALA, 27 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA
2021

tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	institutodelaciudad.com.ec	Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca	Trabajo del estudiante	1%
3	dspace.uniandes.edu.ec	Fuente de Internet	1%
4	www.scielo.org.mx	Fuente de Internet	1%
5	repositori.upf.edu	Fuente de Internet	1%
6	devcua.cua.uam.mx	Fuente de Internet	1%
7	nuevaepoca.revistalatinacs.org	Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, ORTEGA GONZALEZ JONATHAN WAGNER y RAMON ROMAN YULIANA ESTEFANIA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado NARRATIVA TRANSMEDIA: DEL AMOR AL ODIO CASOS DE VIOLENCIA EN LA PROVINCIA DE EL ORO, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de septiembre de 2021



ORTEGA GONZALEZ JONATHAN WAGNER
0706756251



RAMON ROMAN YULIANA ESTEFANIA
0706717576

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a mis padres, por el apoyo que me han dado día a día y su amor constante, a los miembros de mi familia que han disfrutado de corazón mis momentos de felicidad. A mi novio que ha estado presente durante los inicios de mi carrera y quien me ha dado su apoyo incondicional en cada cosa que haga. A mi tutor, que pese a la situación supo guiarnos y sacar cada uno de los productos realizados en la propuesta, en especial a mi tía María que ha estado presente en todo lo que ha durado mi carrera, no solo como mi docente si no también como mi “ñaña Lena”.

Yuliana Estefanía Ramón Román

Este trabajo se lo dedico a mi madre Jessica y Lidia, a mi hermano y hermana, amigos (as) por siempre creer en mí y darme las fuerzas y herramientas necesarias para poder seguir adelante, estando en los momentos buenos y malos, siendo luz en mi vida.

Jonathan Wagner Ortega Gonzalez

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios por no dejarme decaer en esta etapa universitaria. A mis padres por el apoyo incondicionalmente para convertirme en profesional. A mi tutor Gabriel Iñiguez, por compartir sus conocimientos para realizar con éxito mi trabajo de titulación y a cada uno de los docentes de la carrera de Comunicación Social que compartieron sus conocimientos para poner en práctica en mi vida profesional y a cada uno de mis amigos que pusieron un granito de arena en este proyecto.

Yuliana Estefanía Ramón Román

Agradezco a Dios por guiarme y cuidarme en este largo camino de estudios, a mi madre Jessica y Lidia, por ser el pilar fundamental para este logro en mi vida y ejemplo a seguir a familiares y amigos (as) que de alguna u otra forma estuvieron ayudándome.

A cada uno de los docentes que estuvieron impartiendo sus clases y en especial a nuestro tutor de tesis Ing. Gabriel Iñiguez por ayudarnos y guiarnos en este proceso de titulación, aportando sus conocimientos para realizarlo y culminar con éxito.

Jonathan Wagner Ortega Gonzalez

RESUMEN

El presente trabajo trata de una problemática que hoy en día sigue siendo un tema mediático y de interés social, la violencia contra la mujer. Una propuesta comunicacional mediante la narrativa transmedia para sensibilizar a la ciudadanía sobre la violencia contra la mujer en la provincia de El Oro. Esto será abordado mediante la creación de productos comunicacionales lo cual permitirá llegar a nuestro público por medio de una interfaz y una narrativa. En el país existen varias organizaciones, grupos de apoyo, fundaciones que crean campañas para tratar de bajar los índices de violencia en los hogares. Pese a que existen campañas, los índices de violencia contra la mujer incrementó debido a la pandemia que golpeó a todo el mundo en el año 2020, donde agresores atacaban a su pareja no solo de forma verbal, también física y debido al confinamiento también se pudo visualizar la violencia económica por la falta de empleo ya que no permitía tener ingresos para el hogar y así poder sustentar los servicios básicos. Este trabajo está dirigido para el desarrollo de la narrativa transmedia, debido a una investigación donde se identificó los casos de violencia contra la mujer, causas y consecuencias. Para eso entrevistamos a personas violentas y violentadas para poder conocer sobre cada una de las historias y así abordarlas directamente desde la realidad, también entrevistas a profesionales como: Productores audiovisuales, Comunicadores Sociales, expertos en Narrativa y Periodistas quienes fueron fundamentales para crear la narrativa transmedia. Mientras que los grupos focales sirvieron para poder identificar las plataformas correctas para la difusión de los productos comunicacionales. El tipo de metodología que se aplicó fue cualitativo, ya que se utilizó los siguientes instrumentos: entrevistas a expertos, entrevistas a personas víctimas y victimarios de violencia, focos grupales, observación participativa y revisiones documentales. Mediante la ejecución de esta investigación se contó con la intervención de profesionales en narrativa transmedia y producción visual, de igual manera la colaboración de expertos en temas de violencia. El diseño de investigación es el no experimental porque no hubo ningún tipo de manipulación de la variable, sino que observamos este problema tal y como se da en la sociedad. Y tiene un muestreo no probabilístico, debido que no se cuenta con un registro de la audiencia, con esta narrativa transmedia se pretende sensibilizar a la audiencia, además que se conviertan en emisores que ayuden a la comprensión y sensibilización. De los productos que se realizó, bajo un proceso de investigación para así poder llevar buenos productos y tener un buen alcance para sensibilizar a las personas, obteniendo buenos resultados por eso hacer este tipo de

proyectos es muy gratificante para poder buscar ayudar en estos temas de violencia, donde todos están expuestos a ser víctimas y ayudar a crear conciencia.

Este proyecto se lo realizó para dejar plasmado mediante testimonios la realidad que viven mujeres en sus hogares y que este sea el inicio para que este proyecto quede como material de referencia para futuras investigaciones para que sigan realizando propuestas transmedia sobre problemas sociales.

Palabras clave: Violencia, Narrativa, Transmedia

ABSTRACT

This paper deals with a problem that today remains a media issue and of social interest, violence against women. A communication proposal through the transmedia narrative to sensitize citizens about violence against women in the province of El Oro. This will be addressed through the creation of communication products which will allow us to reach our audience through an interface and a narrative. In the country there are several organizations, support groups, foundations that create campaigns to try to lower the rates of violence in homes. Although there are campaigns, the rates of violence against women increased due to the pandemic that hit everyone in 2020, where aggressors attacked their partner not only verbally, but also physically and due to the confinement it was also possible to visualize the economic violence due to the lack of employment since it did not allow to have income for the household and thus be able to support basic services. This work is aimed at the development of the transmedia narrative, due to an investigation where the cases of violence against women, causes and consequences were identified. For that we interviewed violent and violent people to be able to know about each of the stories and thus approach them directly from reality, also interviews with professionals such as: Audiovisual Producers, Social Communicators, experts in Narrative and Journalists who were fundamental to create the transmedia narrative. While the focus groups served to identify the right platforms for the dissemination of communication products. The type of methodology that was applied was qualitative, since the following instruments were used: interviews with experts, interviews with victims and perpetrators of violence, group foci, participatory

observation and documentary reviews. Through the execution of this research, there was the intervention of professionals in transmedia narrative and visual production, as well as the collaboration of experts in issues of violence. The research design is non-experimental because there was no manipulation of the variable, but we observed this problem as it occurs in society. And it has a non-probabilistic sampling, because there is no record of the audience, with this transmedia narrative it is intended to sensitize the audience, in addition to becoming emitters that help understanding and awareness. Of the products that were made, under a research process in order to be able to carry good products and have a good scope to sensitize people, obtaining good results so doing this type of projects is very rewarding to be able to seek to help in these issues of violence, where everyone is exposed to be victims and help raise awareness. This project was carried out to capture through testimonies the reality that women live in their homes and that this is the beginning so that this project remains as reference material for future research so that transmedia proposals on social problems continue to be made.

Keywords: Violence, Narrative, Transmedia

CONTENIDO

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN	8
CONTENIDO	11
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO.....	15
1.1. Ámbito del estudio: Caracterización.....	15
1.2. Planteamiento del problema.....	17
1.3. Localización del problema y objeto de estudio.....	17
1.4. Problemas Complementarios	18
1.5. Hechos de interés	18
1.5.1. Campañas sobre la violencia contra de la mujer.....	18
1.5.2. Aumento de la violencia contra la mujer en la pandemia.....	19
1.5.3. Señal de ayuda	19
1.5.4. Cantón con mayor caso de violencia contra la mujer	20
1.6. Población y muestra	20
1.7. Enfoque de la investigación	20
1.8. Objetivos de la investigación	20
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO.....	22
2.1. Concepción teórica del diagnóstico	22
2.1.1. Violencia contra la mujer.....	22
2.1.2. Tipos de violencia.....	22
2.1.2.1. Violencia física.....	23
2.1.2.2. Violencia psicológica	23
2.1.2.3. Violencia sexual	23

2.1.2.4.	Violencia económica	24
2.1.3.	Personas afectadas	24
2.1.4.	El agresor	24
2.1.5.	Narrativa transmedia.....	25
2.1.6.	La audiencia.....	26
2.2.	Descripción del ciclo de diagnóstico.....	27
2.3.	Instrumentos de recolección de datos	27
2.4.	Técnicas e instrumentos para el diagnóstico.....	28
2.5.	Cronograma de actividades	29
2.6.	Resultado de diagnóstico.....	29
CAPÍTULO III. PLAN DE ACCIÓN.....		32
3.1.	Identificación de la intervención.....	32
3.2.	Fundamentación Teórica de la Intervención	32
3.3.	Objetivo de la intervención	34
3.4.	Planes de Intervención	34
3.5.	Acceso de Tecnología	36
3.6.	Identidad Visual	36
3.6.1.	Línea de tiempo para las publicaciones dentro de la narrativa.....	47
3.6.2.	Propuesta de evaluación y control de la interacción.....	48
CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN		49
4.1.	Descripción y contrastación de los objetivos de la intervención	49
4.1.	Conclusiones	62
4.2.	Recomendaciones.....	63
Referencias.....		65
ANEXOS		69
Anexo 1.	Entrevistas aplicadas	69

Anexo2: Preguntas Aplicadas	72
Anexo 3: Guiones de Podcast	75
Anexo 4: Señal de ayuda.....	77
Anexo 5: Fotografías de entrevistas aplicadas	77

INTRODUCCIÓN

Los registros estadísticos de los casos de violencia contra la mujer que se dan en la provincia de El Oro son variados, llegando a 70 denuncias diarias, entre Fiscalía General del Estado (FGE) y la Unidad Judicial. Lo que preocupa a la Unidad de investigación contra la violencia de género, mujer o miembros del núcleo familiar de la provincia de El Oro. Debido a que la cantidad de denuncias es mayor a la cantidad de sentencias registradas.

Desde el año 1994 se inauguró la primera comisaría de la mujer en la ciudad de Quito y se han venido implementando leyes para la protección de la mujer, incluso existen organizaciones que ayudan y motivan a las víctimas a que denuncien a su pareja por estos actos de violencia que viven, pese a todo eso el 80% de las denuncias existentes en la provincia desisten en mitad del proceso y los casos quedan como contravención, es decir el acusado es asignado a realizar trabajo comunitario o únicamente recibe un máximo de hasta 15 días de prisión.

El psicólogo experto en este tema social [Josías Tenesaca \(2021\)](#), menciona que esto se da por la facilidad de manipulación que pueden tener algunos agresores y hacen de este problema un ciclo rotativo con su pareja, el cual se basa en el arrepentimiento del mismo hasta volver a enamorar a la víctima y terminar violentándola nuevamente.

Es por eso que se desarrolló productos comunicacionales con el fin de sensibilizar a la audiencia establecida, mediante una narrativa transmedia con testimonios reales.

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1.Ámbito del estudio: Caracterización

La violencia contra la mujer es una problemática que existe a nivel mundial, en donde mujeres son víctimas de las personas del sexo fuerte o machistas, las cuales abusan de manera física, psicológica, sexual y económicamente.

De acuerdo con el censo realizado por el **Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019)** da a conocer que 65 de 100 mujeres en Ecuador han sido víctimas de algún tipo de violencia a lo largo de su vida.

En el país existen leyes que eliminan la violencia y discriminación que existe ante las mujeres, comenzando desde 1994 que se inauguró la primera comisaria de la mujer en la ciudad de Quito donde aparte de recibir denuncias de las mujeres maltratadas, brindaban asistencia social de emergencia.

En 1995 “La ley contra la violencia de la mujer y la familia” conocida como “Ley 103” pese a no estar vigente en la actualidad fue la primera en reconocer a nivel nacional la protección de la mujer que se encuentra inmersa ante un caso de violencia doméstica e intrafamiliar.

En la actualidad está vigente el **Código Orgánico Integral Penal (COIP,2014)**, el cual nos menciona en su artículo 155 que. “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” (p. 27).

Además, en su artículo 152, da a conocer las sanciones que se apliquen a las personas que lesionen a otras, la cual la pena privativa de libertad más alta es de entre cinco a siete años:

1. Si como resultado de las lesiones se produce en la víctima un daño, enfermedad o incapacidad de cuatro a ocho días, será sancionada con pena privativa de libertad de treinta a sesenta días.
2. Si produce a la víctima un daño, incapacidad o enfermedad de nueve a treinta días, será sancionada con pena privativa de libertad de dos meses a un año.
3. Si produce a la víctima un daño, incapacidad o enfermedad de treinta y uno a noventa días, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.
4. Si produce a la víctima una grave enfermedad o una disminución de sus facultades físicas o mentales o una incapacidad o enfermedad,

que, no siendo permanente, supere los noventa días, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años. 5. Si produce a la víctima enajenación mental, pérdida de un sentido o de la facultad del habla, inutilidad para el trabajo, incapacidad permanente, pérdida o inutilización de algún órgano o alguna grave enfermedad transmisible e incurable, será sancionada con pena privativa de libertad de cinco a siete años. (COIP, 2014)

En la provincia de El Oro de acuerdo con los registros dados por la Policía Nacional, mediante la Unidad de investigación contra la violencia de género mujer o miembros del núcleo familiar de la provincia, mencionan que El Oro es la región que tiene un índice alto de violencia contra la mujer (Andrade, Índice alto de violencia contra la mujer, 2021).

A nivel provincial unas 70 denuncias son receptadas diarias tanto por fiscalía como por la unidad judicial, de las cuales 20 de ellas pertenecen únicamente al cantón Machala.

Ante esta grave problemática en la actualidad las leyes no son las únicas que amparan a las víctimas de violencia, también existen movimientos y grupos que fortalecen y ayudan a mujeres que han sufrido algún tipo de violencia y en muchas ocasiones han terminado en femicidio. Organizaciones que realizan campañas para acabar con esta problemática la cuales en su mayoría difunden información por redes sociales. Debido a que hoy en día la mayoría de personas hacen uso de las mismas, como su principal medio de comunicación.

Es por eso que en este caso se plantea una campaña de concientización sobre este tema social mediante la narrativa transmedia para tener mayor alcance haciendo que la audiencia sea participe de estas historias. Como menciona Camacho y Segarra (2019), “las narrativas transmedia ofrecen unas características que fomentan la participación y la implicación de las audiencias” (p. 225).

Por eso en esta narrativa es importante hacer a la audiencia parte de cada historia, de acuerdo con el experto en narrativa transmedia Edgar Cortez, de la ciudad de Quito menciona que “la narrativa transmedial o contenido digital trata de actividades colaborativas es por eso que la audiencia es una parte estratégica de la misma” (Cortez, 2021).

1.2. Planteamiento del problema

La violencia contra la mujer es un problema muy extenso como lo plantea Rousseaux (2013):

Tiene un alcance mundial y se presenta en todas las sociedades y culturas afectando a la mujer y se hace más latente y recurrente de lo que imaginamos y no afecta una clase social, una raza o una nación, sino que puede manifestarse en cada una de ellas sin distinción. (p. 3)

Esta problemática en la provincia de El Oro se ve presente, la cual recibe la mayor cantidad de denuncia sobre este hecho, de los cuales no todos terminan con su proceso judicial, ya que las víctimas se arrepienten y deciden no continuar con el proceso en contra su agresor y vuelven a caer en el mismo ciclo.

Existen campañas que han realizado movimientos que protegen a las mujeres, en donde le encaminan a que deben salvaguardar su vida, ya que la violencia podría terminar en un femicidio, pero en muchos de los casos la víctima termina perdonando a su agresor y volviendo a su lado.

En esta investigación se ha elegido a la audiencia de la provincia de El Oro, a los cuales mediante la narrativa transmedia se hará llegar los productos comunicacionales desarrollados.

Mediante la narrativa transmedia ¿es posible concientizar sobre la violencia contra la mujer a la sociedad de Machala mediante una propuesta de narrativa transmedia?

1.3. Localización del problema y objeto de estudio

El Oro, la sexta provincia más poblada del Ecuador, la cual cuenta con 715.751 habitantes, de acuerdo con la proyección demográfica del Instituto Nacional de Estadísticas y censo (INEC, s.f) en la cual 361.682 son hombres y 354.069 son mujeres, periodo 2010 – 2020.

Pese a que la provincia de El Oro es la que tiene el mayor índice de violencia en contra de la mujer, el número de sentencias es muy bajo al de denuncia, del 100% de casos el 80% desiste y no termina el proceso judicial.

1.4. Problemas Complementarios

- ¿Es posible concientizar sobre la violencia contra la mujer con una propuesta de narrativa transmedia?
- ¿Cuáles son las plataformas idóneas para difundir una propuesta transmedia?
- ¿Cuáles son los mundos narrativos para desarrollar la propuesta transmedia?
- ¿Cuáles son las técnicas de investigación para el desarrollo de la narrativa?
- ¿Cómo lograr que la audiencia se convierta en prosumidores de nuestros productos?

1.5. Hechos de interés

1.5.1. Campañas sobre la violencia contra de la mujer

En Ecuador se han desarrollado campañas las cuales buscan ponerle fin a la violencia que existe contra la mujer.

A nivel internacional están:

- ***Campaña “Di No a la violencia contra la mujer”***: Iniciativa global realizada por el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) para promover la labor de defensa para combatir la violencia contra la mujer.

A nivel nacional están:

- ***Campaña “16 días de activismo contra la violencia de género”***: Desarrollada en Quito, Cuenca, Portoviejo, Azogues, Loja y Machala, fueron parte de este evento cuyo objetivo es ponerle un fin a la violencia contra las mujeres y niñas, siendo esta una pandemia global y un obstáculo para lograr la meta del desarrollo del milenio.
- ***Campaña “Violencia Nunca Más”***: Desarrollada en la ciudad de Loja en la cual su objetivo era erradicar la violencia en contra la mujer.
- ***Campaña “Ni una mujer menos, ni una muerte más”***: Desarrollada por la Policía Nacional en Manta, plantón en rechazo al maltrato que viven las mujeres.
- ***Campaña “Ecuador Actúa Ya, Violencia de Género, Ni Más”***: Llevada a cabo en la ciudad de Guayaquil cuyo objetivo era informar sobre la problemática de la violencia contra la mujer y niñas en la cual se buscaba luchar contra el abuso hacia las mujeres en el país.

- **Campaña sin violencia: ¡Así gana Ecuador!**: Para generar conciencia sobre la violencia contra la mujer considerada una pandemia en el mundo de acuerdo con la vocera Viviana Maldonado (2018).

A nivel local:

- **Campaña de prevención “Lizbeth”**: Propuesta comunitaria, contra la violencia basada en género y la construcción de una cultura de paz en zonas de frontera.
- **Campaña “No Amor”**: Fue ejecutada dentro de Machala a través de una propuesta transmedia para crear conciencia en los hombres y bajar el índice de casos de violencia y femicidio.

1.5.2. Aumento de la violencia contra la mujer en la pandemia

La pandemia que se desarrolló por el virus la COVID-19 en el 2020 en todo el mundo fue una pesadilla para las mujeres que han sido víctimas de violencia, debido al confinamiento, de acuerdo con la **ONU Mujeres (2020)**, “desde que se desató la pandemia en muchos países se incrementaron las llamadas a las líneas de atención de casos de violencia en el hogar”.

Así como menciona **Ruiz y Pastor (2021)**:

La declaración de cuarentena está generando un impacto negativo en la seguridad de las mujeres. El confinamiento puede aumentar los comportamientos de control de los maltratadores incluidas las prácticas de aislamiento social. Los límites a la movilidad física aumentan potencialmente la vulnerabilidad de las mujeres que sufren violencia. (p. 389)

La violencia se presentó con mayor fuerza en la pandemia. Así es como lo afirma **Mateos Casado (2021)**, “que desde la aparición de la COVID-19 los datos e informes internacionales señalan que la violencia contra las mujeres y las niñas se han intensificado en todo el mundo debido al confinamiento familiar y domiciliario” (p. 108).

1.5.3. Señal de ayuda

Debido al confinamiento que se dio por la emergencia sanitaria desde el 2020 las mujeres han sufrido de violencia con más frecuencia dentro de sus hogares, es por eso que se ha ido buscando la forma en la que las víctimas puedan pedir ayuda sin levantar sospechas en sus agresores, una de las propuestas que nace por parte de *Canadian Women’s Foundation* es una señal de ayuda que se hace con sus manos mediante se realiza una videollamada (**ANEXO 4**). Otra señal que ha implementado *España* debido a que las mujeres pueden ser privadas de la comunicación es la campaña “*Mascarilla 19*” la misma

que podrán pedir en las farmacias y las personas a cargo tendrán la obligación de comunicarse con las autoridades correspondientes.

De igual forma en *Perú* se realizó la campaña “*Mascarilla violeta*” la cual será un claro llamado de ayuda de aquellas mujeres que estén pasando por situaciones de agresión.

1.5.4. Cantón con mayor caso de violencia contra la mujer

En la provincia de El Oro, Machala es el cantón con mayor índice de violencia doméstica de acuerdo con los datos de la Unidad de investigación contra la violencia de género, mujer o miembros del núcleo familiar, esto debido que alrededor de 70 denuncias son las que reciben diariamente entre la unidad judicial y fiscalía, siendo el 90% de violencia psicológica (Andrade, Índice alto de violencia contra la mujer, 2021).

1.6. Población y muestra

El cantón que se tomó en cuenta es Machala debido a la información obtenida mediante la entrevista realizada al departamento de la Unidad de investigación contra la violencia de género, mujer o miembros del núcleo familiar, nos mencionaron que, entre toda la provincia de El Oro, Machala es la ciudad que tiene el mayor índice de denuncias sobre violencia contra la mujer. Para esto el muestreo a aplicar es una muestra no probabilística, debido que no se cuenta con una lista total de la audiencia.

1.7. Enfoque de la investigación

El tipo de metodología que se aplicó fue cualitativo, ya que se utilizó los siguientes instrumentos: entrevistas a expertos, entrevistas a personas víctimas y victimarios de violencia, focos grupales, observación participativa y revisiones documentales.

1.8. Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Desarrollar una propuesta de narrativa transmedia sobre la violencia existente contra la mujer.

Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las plataformas para la difusión de los productos transmedia.
- Identificar cuáles son los mundos narrativos
- Definir las técnicas de investigación para el desarrollo de la narrativa transmedia

- Analizar el nivel de acogida de los productos comunicacionales por parte de la audiencia.

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO

2.1. Concepción teórica del diagnóstico

2.1.1. Violencia contra la mujer

La violencia en contra la mujer es una problemática que existe desde siglos atrás a nivel mundial tanto en países ricos como en países pobres, en muchas ocasiones causa daños irreparables en la vida de cada víctima. “la práctica de la violencia contra la mujer ha ganado proporciones preocupantes, necesitando una mirada especial de la sociedad y acciones conjuntas desde las más diversas esferas, en el intento de frenar a este fenómeno” (Santos, 2019, p. 228).

Esta problemática se da de diversas maneras de acuerdo con lo establecido en la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer en su artículo 1 menciona lo siguiente:

Se entiende por violencia contra la mujer cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer tanto en el ámbito público como privado. (CONVENCION DE BELEM DO PARA, 2005, p. 2)

Además de las antes mencionadas una de las principales violencias que viven las mujeres es en el ámbito económico debido a que la mayoría de las mujeres maltratadas no dejan a su agresor por el simple hecho de depender económicamente de ellos. De acuerdo con Goyas Cespedes, Zambrano Noles, y Cabanes Espino (2018):

Depender económicamente de los hombres, no tener un adecuado nivel educacional y cultural, no poder acceder a determinados empleos, tener asignada la crianza de los hijos y el cuidado de la familia, entre otras cuestiones, han hecho que las mujeres sean violentadas. (p. 131)

2.1.2. Tipos de violencia

De acuerdo con ONU Mujeres (2020) son:

- Violencia física
- Violencia psicológica
- Violencia sexual
- Violencia económica

2.1.2.1. Violencia física

Es la agresión que por lo general se viene dando por parte del conviviente, pero eso no solo causa daños hacia su pareja, sino que la agresión también va para los hijos. Por otra parte, de acuerdo con [Bauçà Nicolau \(2020\)](#):

La violencia física contra las mujeres también estaba presente en el entorno doméstico, ya que muy a menudo aparece documentación en la que la mujer se presenta como maltratada por su marido. Este maltrato resulta un hecho estructural que responde a lo que anteriormente se ha mencionado: el reforzamiento de la autoridad del hombre para asegurar la subordinación y obediencia de la mujer. (p. 346)

2.1.2.2. Violencia psicológica

De acuerdo con los expertos tanto como psicólogos y la Policía Nacional manifiesta que la violencia psicológica es la más frecuente en la provincia. Según el psicólogo Josías Tensesaca “es un tipo de violencia que por lo general pasa desapercibida y ha sido normalizada en muchas circunstancias” ([Tensesaca Torres, 2021](#)).

También menciona que este tipo de violencia está generada por medio de los insultos, apodos, humillaciones, de los cuales en muchos sectores sociales se ha normalizado este tipo de maltrato verbal el cual ha hecho creer a las víctimas que son merecedoras de ese trato día a día.

Con base en el análisis de [Safranoff \(2017\)](#) menciona que las propias mujeres son las que se dan cuenta que la violencia psicológica es la que más reciben, ha sido una marca profunda que han dejado en ellas debido a su baja autoestima y ese miedo las mantiene en un estado de alerta.

2.1.2.3. Violencia sexual

La violencia sexual se da cuando la pareja fuerza a la mujer a estar íntimamente con él, de acuerdo con [Nava-Navarro et al. \(2017\)](#) menciona que la violencia sexual es toda acción de dominio profesado por la pareja con la finalidad de obligarlas a tener relaciones sexuales sin que ellas lo autoricen, ya que van contra la honradez de la mujer.

2.1.2.4. Violencia económica

La violencia económica es la limitación de poder ejercer cualquier trabajo por parte de la mujer e incluso la restricción del manejo de los ingresos del hombre ya se para el bien de la familia, quedando el hombre como la persona dominante en la relación (Deere & León, 2021).

2.1.3. Personas afectadas

La violencia contra la mujer es una problemática que no afecta solo a la víctima, sino también a personas cercanas a ella, como a sus hijos o entorno familiar.

De acuerdo con lo que menciona (Caravaca & Sáez (2020) los menores de edad que evidencien el maltrato que sufre la madre por parte de la pareja, termina afectándolos a largo plazo, ya que van creciendo en un hogar donde se refleja que el hombre es el que debe llevar el control de todo, haciendo menos a la mujer.

2.1.4. El agresor

La violencia en contra la mujer es una problemática que existe desde siglos atrás a nivel mundial, hecho que se da desde la existencia del machismo en el cual realizan diversos sucesos de violencia en contra el sexo débil.

De igual forma menciona Berni (2018), que el machismo es “una herencia patriarcal de las costumbres y cultura cuyo propósito es satisfacer una necesidad psicológica resultante del completo de inferioridad de cada individuo de sexo masculino” (p. 112).

El agresor no agrede únicamente a su pareja, estas personas tomaran represarias con quienes el crea que están brindando apoyo o ayuda a quien ha sufriendo de violencia (Fernández et al, 2019).

Los psicólogos expertos en estos temas sociales, explican que uno de los rasgos que se puede evidenciar en los agresores es la *manipulación* ya que tienen a tener condiciones, de poder jerarquizarse frente a la pareja.

Los trastornos más relevantes de estas personas fueron el abuso del alcohol/drogas, los celos patológicos y los trastornos de personalidad (antisocial, límite, narcisista y paranoide), así como los déficits psicológicos de estas personas, tales como el descontrol de la ira, las dificultades emocionales, las

distorsiones cognitivas, la baja autoestima y los déficits de comunicación y de soluciones de problemas. (Echeburúa & Amor, 2016, p. 31)

El agresor convierte esta problemática en un ciclo que se basa en generar daño a la pareja, luego entrar en arrepentimiento, pedir perdón y volver a la posición de conquistar nuevamente a la víctima y volver a repetir el ciclo, cometiendo los mismos actos.

Pese a que las mujeres en la actualidad tienen la ayuda de movimientos que las apoyan para que tengan el valor de realizar la denuncia en contra de sus agresores, de acuerdo con lo relatado por el cabo segundo Adrián Andrade, técnico operativo de la unidad de investigación contra la violencia de mujer de El Oro, mencionada que pese a que la provincia es la que mayor denuncias tiene sobre esta problemática un 80% de las mujeres agredidas desisten de la denuncia a mitad del proceso por los siguientes factores:

- Reconciliación con su agresor
- Se canso por el proceso de investigación largo

2.1.5. Narrativa transmedia

De acuerdo con Scolari et al. (2019) “El concepto de narrativa transmedia fue introducido por Henry Jenkins en un artículo publicado en la revista Technology Review en el 2003” (p. 117).

La narrativa transmedia es “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari C. , 2013, p. 247)

De igual forma Jauregui & Ortega (2020) mencionan que:

La narrativa transmedia proviene del estudio del ecosistema mediático y el reconocimiento de las necesidades digitales de los usuarios, nos permite analizar las prácticas sociales que se generan entorno las dinámicas de interacción inmersas en su construcción y definir cuál es el papel de los usuarios con respecto a las plataformas y su interacción con el relato. (p. 366)

“La comunicación transmedia ha logrado un importante crecimiento y relevancia en los últimos años y ha sido considerada por los productores y organizaciones como una

estrategia fundamental en el desarrollo de sus nuevos proyectos, para darlos a conocer a través de una diversidad de medios y plataformas” (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018, p. 34)

“Cada medio hace un aporte a la construcción del mundo narrativo; evidentemente, las aportaciones de cada medio o plataforma de comunicación diferente entre sí” Scolari, 2013 (como se citó en Camacho & Segarra, 2019, p. 232). Es por eso que hoy en día usar la narrativa transmedia, tiene una buena acogida, por el diverso manejo de las plataformas y formatos dirigido a distintos públicos.

Al igual que los autores Robledo Dioses, Atarama Rojas, y Palomino Moreno (2016), se refieren a la narrativa como “modelo que consiste en que una historia, a la par que se expande a través de diferentes medios, se ve enriquecida con las características particulares de cada soporte y con la participación del público. (p. 223)

2.1.6. La audiencia

Las diversas historias de mujeres que han sido víctimas de violencias sería bueno plasmarlas en los productos comunicacionales que formarán parte de la narrativa transmedia para llegar a la audiencia. La misma que es interpretada por García-Orosa (2018) personas que son ajenas a la creación del producto, las cuales están prestas a ser receptoras del mensaje que se quiera mostrar.

La participación del público en la narrativa transmedia es una de las características primordiales como menciona Scolari & Establés (2017), “Las nuevas generaciones de consumidores se han vuelto cazadoras y recolectoras de información, les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes y conectarlos con otros textos dentro de la misma franquicia” (p. 1015).

Los proyectos transmedia no solo tienen consumidores de información, sino que también estos luego con la participación se vuelven prosumidores.

De acuerdo con Mendoza et al. (2018):

Esta tendencia de producir y consumir se debe al contexto digital en que vivimos, donde el desarrollo de la tecnología, aplicada a las redes de comunicación, permite tener mayor acceso a cualquier tipo de información. El término prosumidor hace referencia a la evolución que ha sufrido la tecnología, como parte de la cual surge la Web 2.0, que se destaca por una nueva dinámica en la que el consumo, la colaboración, la producción y

distribución de contenidos dentro de las redes sociales ha ido en aumento.

(p. 2)

De acuerdo con lo investigado sobre esta problemática social que se ha vivido en el mundo desde hace años atrás en donde varias ocasiones ha terminado con la muerte de una mujer, se ve necesario implementar campañas para concientizar a las mismas mujeres en general que han sido víctimas de violencia o pueda llegar a serlo.

Para dar a conocer los diferentes tipos de violencia contra la mujer, las mujeres violentadas deben ser las protagonistas de este terrible suceso e indagar sobre las leyes existentes que amparan este acto de agresividad.

Buscando que la audiencia a través de la propuesta transmedia y los productos comunicacionales tomen conciencia sobre que no pueden dejar que sus parejas comenten estos tipos de violencia hacia ellas. Intentando ayudar a que tomen valor de alejarse a la primera que vean estos cambios los cuales en varias ocasiones han terminado como un femicidio. Tales productos serán difundidos en diversos canales comunicacionales cuyo orden serán plasmados en una línea del tiempo.

2.2. Descripción del ciclo de diagnóstico

La violencia en los hogares, según [Andrade \(2021\)](#), técnico operativo de la unidad de investigación contra la violencia de género, mujer y miembros del núcleo familiar, comenta que sigue siendo una problemática que va en auge, donde la principal víctima es la mujer. Estos sucesos empiezan desde la dependencia económica hasta agresión física y en el peor de los casos llegar a causar un femicidio. Estos precedentes permitirán que se recolecten datos para profundizar más en estos sucesos y realizar una investigación más certera.

2.3. Instrumentos de recolección de datos

Mediante las entrevistas realizadas a profesionales se obtuvo las pautas para poder crear una narrativa transmedia y así concientizar sobre la problemática de la violencia hacia la mujer en el hogar. Este proyecto tendrá testimonios de personas que han sido víctimas de violencia económica, psicológica, emocional, física, sexual para contarlas a un público objetivo que sería nuestra unidad de análisis. Para obtener estos conceptos se debe aplicar diferentes técnicas e instrumentos de investigación como los siguientes:

2.4. Técnicas e instrumentos para el diagnóstico

- **Revisión documental:** Realizar una indagación a través de la Policía Nacional, departamento de DINAPEN, para recabar información sobre la problemática de violencia contra la mujer en la provincia de El Oro para visualizar cómo se toman estos casos por parte de las autoridades y recurrir a las leyes que defienden este tema social.
- **Grupos Focales:** Se aplicó en diferentes grupos compuesto de 8 personas cada uno, el primero se realizó a mujeres y el segundo a hombres en un rango de edad de 18 a 29 años y otro mixto con un rango de edad de 30 a 45 años, para poder identificar el uso de plataformas en las diferentes edades, la opinión que tienen acerca de la violencia contra la mujer y su agresor y como quisieran recibir los contenidos realizados en esta propuesta transmedia.
- **Observación participativa:** Identificar qué tipo de violencia se presentó en las víctimas y como ellas reaccionaban ante aquella situación y que esto nos de paso a poder contar mediante los productos comunicacionales las historias de diversas mujeres.
- **Entrevistas estructuradas:** Se obtuvo los datos necesarios para realizar la narrativa transmedia, **a) Personas violentadas:** Conocer cada uno de lo que vivieron mientras sufrían de agresión para poder realizar los productos audiovisuales basados en hechos reales contados por las propias víctimas, **b) Personas violentas:** conocer cuáles son las causas que los llevó a realizar la agresión contra su conviviente y si existió algún tipo de precedente para que cometieran esos actos sin tener algún remordimiento, **c) Departamento de DINAPEN:** Protegen la integridad de las familias, se involucran en el proceso de investigación para aclarar las denuncias y hacer cumplir las leyes conforme está escrito en el Código Orgánico Penal (COIP) **d) Profesionales en comunicación transmedia:** mediante la entrevista que les realizamos se abordaron temas que nos daban las pautas que podrían ayudar a la ejecución y desarrollo del proyecto, esto también nos ayudó a poder conocer cuáles son las plataformas indicadas y como se debe abordar cada uno para poder llegar a la audiencia, **e) Proyectos similares:** se abordó a estudiantes egresados de la carrera de Comunicación Social de la UTMACH, quienes realizaron narrativa transmedia para conocer sobre su trabajo, ellos son: Flor Salcedo, Jenniffer Ramón y Evelyn Cedeño

2.5. Cronograma de actividades

Tabla 1: Actividades

ACTIVIDADES	MES				
	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
Investigación del tema	X				
Búsqueda de fuentes		X	X		
Entrevistas			X	X	
Observaciones			X		
Desarrollo de propuesta				X	
Desarrollo de Parte Metodológica				X	
Presentación del proyecto					X
Sustentación del proyecto					X

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

2.6. Resultado de diagnóstico

➤ **Revisión documental:**

- A través de la indagación que se realizó en el departamento de la DINAPEN de la policía nacional, se obtuvo datos de que la provincia de El Oro, se encuentra entre las de mayor índices de violencia en el país, aun teniendo un número de habitantes bajos referentes a otras provincias, las denuncias que realizan y los procesos que se efectúan ante los juzgados, un 80% de estos casos no llegan hasta el final del proceso, por lo que este queda archivado y se da como concluido sin tener ningún tipo de sentencia.
- **Grupos Focales:** Al momento de realizar el grupo focal se descubrió que las plataformas que más utiliza la audiencia hoy en día son: Facebook, Instagram, Spotify. Cada una de estas plataformas tiene diferentes públicos por lo cual los productos a realizarse para la propuesta de concientización deben cubrir cada una y así alcanzar a todas las personas al momento de difundir la información, también el público tiene como preferencia visualizar lo que son vídeos cortos, imágenes y audios, algunos por la falta de tiempo. Las personas entrevistadas optan porque se cuenten las historias en primera persona y que los personajes sean mixtos, ficticios y no ficticios, para poder transmitir lo que vivieron las víctimas de violencia contra la mujer. Mediante este grupo focal, se notó que desconocían los tipos de violencia, ya que la ONU Mujeres menciona que existe la violencia, física, psicológica, sexual y económica.

- **Observación participativa:** Con los diferentes públicos mientras se realizaban las entrevistas se pudo notar lo siguiente: La seguridad con la que iban las mujeres se redujo mientras contaban sus historias, debido a la existencia de secuelas, producto de la violencia por la que pasan día a día, entre los tipos de violencia que sufren se encuentra la económica, verbal y física, era lo que tenían que soportar. Por otro lado, los victimarios sentían que lo que hacían estaba bien, dándose a respetar porque sus víctimas no hacían lo “correcto”, se hacían valer de su superioridad para golpearlas y humillarlas. La DINAPEN cree que estos sucesos empiezan desde que la mujer crea una dependencia económica porque los hombres tienden a encararlas que no pueden vivir sin ellos, que son los que llevan adelante la economía del hogar, en otros casos empieza por la agresión verbal y con el tiempo las palabras no son suficientes y acuden a la agresión física.
- **Entrevistas estructuradas:** Al momento de realizar las entrevistas a profesionales y licenciados graduados en la Universidad Técnica de Machala que aplicaron la narrativa transmedia en sus proyectos de titulación, se pudo conocer cómo abordaron la transmedia y de esa manera darnos las pautas para poder realizar nuestro trabajo. Edgar Cortez productor audiovisual comentó que los contenidos deben ser cortos y directos, de igual manera que las imágenes con palabras tiene buena acogida al ser textos cortos, además Efrén Romero comunicador digital recomendó que lo que queremos transmitir a la gente debe ser motivador para engancharlos y que entre los 5 y 10 segundos siempre debe ir lo más clave para que las personas se sientan atraídas y se queden consumiendo los productos, de igual manera se debe también llegar a la sensibilidad de las personas, porque al causar algo en ellos permite que se sientan parte de las historias. Los productores audiovisuales, comunicadores digitales, expertos y estudiantes, coincidieron en que la transmedia es lo correcto para poder realizar un proyecto con el tema de la violencia contra la mujer, porque de esa manera a través de las diferentes plataformas donde se contarán las historias se puede llegar a diferentes públicos.

Tabla 2: *Entrevistados*

ENTREVISTADO	PROFESIÓN
Edgar Cortez	Narrativa transmedia
Efrén Romero	Productor Audiovisual
Patricia Pacheco	Productora Audiovisual
Jennifer Ramón	Licenciada en Comunicación
Flor Salcedo	Licenciada en Comunicación
Fabricio Cruz	Periodista Diario La Opinión

Matriz: *Yuliana Ramón y Jonathan Ortega*

CAPÍTULO III. PLAN DE ACCIÓN

3.1. Identificación de la intervención

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de narrativa transmedia en trabajos elaborados en la provincia de El Oro, en especial el trabajo de titulación “NO AMOR” casos de femicidio, la misma que tuvo como resultado el impacto adecuado en su audiencia de acuerdo con los objetivos planteados por su autora Jennifer Ramon (2020), sobre este tema social. Esta propuesta nace debido a la problemática que existe sobre la violencia contra la mujer, la cual es el inicio para que existan casos de femicidio, es por eso que a través de una narrativa transmedia se busca llegar a la audiencia y tomar conciencia sobre el amor propio, en donde se presentarán historias contadas por las mismas víctimas.

Con esta estrategia de narrativa se busca que la audiencia forme parte de ella como prosumidores de cada uno de los contenidos que se difundirán mediante diversas plataformas digitales.

3.2. Fundamentación Teórica de la Intervención

Las nuevas maneras de cómo los medios se han digitalizado y han convergiendo, han dado paso a muchas formas de poder introducir a través de las diferentes plataformas las narrativas transmedia.

(...) Es esa transitividad en las relaciones actanciales la que nos permite pensar la transmediación no sólo como un modelo de producción de contenidos propiciado por la convergencia digital de los medios y la cultura participativa, sino también como un universo interaccional compuesto por los entrelazamientos de estos distintos regímenes cuya principal característica es el riesgo a las interacciones. (Fechine, 2017, p. 163)

Por otro lado, también existen el podcast. Según Gómez & Palma (2020), “una herramienta que se define como un archivo multimedia de audio que es episódico, alojado por temas en específico, dirigido por una o varias personas y suele ser descargable gratuitamente por cualquier usuario en la web” (p. 239).

Los podcasts que fueron realizados en esta propuesta transmedia, se los utilizo de forma híbrida, los mismos que fueron adaptados en su mismo formato en la red social Instagram.

Teniendo en cuenta a **Santiago & Bárcena (2016)**:

(...) El podcast puede tener contenido de sonidos, imágenes o incluso en forma de videos, dependiendo de cómo lo quieras presentar todo depende lo que vayas a mostrarle a la audiencia. creando productos coherentes y eficaces, esto ha sido posible por los avances de la digitalización, que por su transversalidad seguramente encontrará de su utilidad en otras facetas de su vida personal, social o profesional. (p. 64)

También están las cápsulas informativas, las mismas que conforman las narrativas, de manera que se hace un video acompañado de entrevistas hablando de un tema.

También están las cápsulas informativas, las mismas que conforman las narrativas, de manera que se hace un video acompañado de entrevistas hablando de un tema.

Para poder facilitar y dirigir a los usuarios a las diferentes páginas se utilizó el Código QR “que es un código bidimensional, fácilmente identificable por los tres cuadros ubicados en las esquina superior e inferior izquierda. Puede contener información de caracteres alfanuméricos, símbolos, Kanji, Hiragana, Katakana, códigos binarios y códigos de control” (**Gonzalez-Argote & Garcia-Rivero, 2016, p. 239**).

El uso de las imágenes y textos es muy importante para poder mostrar diferentes maneras una información como comenta **Becerra-Rodríguez et al. (2021)**:

Que la infografía configura un nuevo idioma que significa la información, ya que mediante la presentación concisa y optimizada de un texto se permite simplificar la explicación de procesos complejos que pueden abordar hechos históricos y conceptos científicos que en ocasiones son difíciles de comprender por los estudiantes. (p. 48)

A través de los nuevos avances y el incremento de plataformas, las siguientes han tenido una gran repercusión en la difusión de contenidos:

- **Facebook:** Una red social que fue lanzada en el año 2004, aunque al inicio fue con el objetivo de la comunicación interna de Harvard, luego de dos años alcanzó mucha acogida a nivel mundial donde ahora se puede compartir, imágenes, videos, opiniones. “Este medio permite la rápida difusión de contenidos y para ello no es necesario contar con la presencia de interlocutores en el mismo espacio” (**Sabando & Rodríguez, 2019, p. 53**)

- **Instagram:** Esta red social, sirve para poder compartir imágenes, seguir amigos, interactuar, enviar mensajes directos, siendo muy útil para presentar contenidos tanto cortos como extensos en este marco **Gonzalez-Carrion & Aguaded (2020)**, sostiene que “El impacto visual es la base para el intercambio interactivo de Instagram, por medio de imágenes o contenidos audiovisuales que inducen que el público espectador realice varias actividades en la web” (p. 162).
- **Spotify:** Es una plataforma que ofrece un servicio gratuito de música, podcasts y vídeos digitales en streaming que te da acceso a millones de canciones y otros contenidos de artistas de todo el mundo, también está disponible en muy diversos dispositivos, como ordenador, teléfono, Tablet, altavoces, televisores o coches. (Spotify, s.f.)

3.3.Objetivo de la intervención

Crear una propuesta transmedia sobre casos de violencia contra la mujer sucedidos en el cantón Machala.

3.4.Planes de Intervención

Guión transmedia

Título: Del amor al odio

Lema: “Casos de Violencia”

Sinopsis narrativa

“Del Amor al Odio - Casos de Violencia”, consiste en un proyecto dirigido a la sociedad de Machala, con el objetivo de concientizar a través de productos comunicacionales, los cuales serán transmitidos por diversas plataformas, con la ayuda de la narrativa transmedia sobre la problemática social de la violencia hacia la mujer, la cual en ocasiones termina en femicidio. El nombre nace de las entrevistas realizadas a profesionales de psicología que mencionan que el agresor convierte la violencia en un ciclo, en donde manipulan a su pareja pidiendo perdón y volviendo a enamorarlas, también va de la mano de la investigación a mujeres que sufrieron de agresión y hombres que cometieron estos actos, debido a que el amor que sentían se desvaneció producto de los conflictos por lo que pasó a ser odio, de ahí proviene la frase “Del Amor al Odio”.

Para la realización de los productos se basarán en hechos reales, basándose en diferentes historias que fueron contadas por víctimas de violencia dentro de sus hogares.

Para la elaboración de los productos de la narrativa, se consideró la creación de tres mundos narrativos: Del amor a la violencia I, Del amor a la violencia II, Amor propio.

Tabla 3: *Mundos narrativos*

Del amor a la violencia I	En este mundo se conoce como fue empezando la violencia hacia las mujeres afectadas y cuáles fueron los precedentes que llevó a cometerlos, historias que fueron narradas por las víctimas y victimarios, por lo cual está nominada del amor al odio.
Del amor a la violencia II	Trata de uno de los tipos de violencia que en la actualidad no lo consideran como tal y esta trata de la violencia económica
Amor propio	Se evidencia cómo se sienten las personas víctimas de violencia, luego de que decidieron separarse de su agresor

Matriz: *Yuliana Ramón y Jonathan Ortega*

Tabla 4: *Actores*

Bibliografía de los personajes	
La violencia	Sentirse superior, lastimar u oprimir a otras personas y enmascarar que está bien todo lo que sucede.
Las víctimas	Personas que fueron vulneradas por otra, que no pudieron defenderse, obteniendo traumas por sucesos que fueron causados hacia su persona.
Los Victimarios	Personas que usan su fuerza para atacar a otra, con la intención de lastimarlo. Se creen superiores a los demás viviendo bajo sus propias leyes causando daños a los demás.

Los Agentes de Justicia	Entes que buscan que se cumplan con la justicia y se respete los derechos de las personas, buscando un equilibrio entre lo impune y lo justo.
Expertos	Están llenos de conocimientos en diferentes áreas, analizando y explicando sobre temas sociales, ayudando a dirigir y despejar dudas en base a lo que han aprendido con sus estudios realizados.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

3.5. Acceso de Tecnología

En la ciudad de Machala, la cobertura de telefonía e internet brinda a las personas que contraten sus servicios y así puedan acceder desde sus dispositivos a ver cualquier contenido.

El municipio ofrece internet en varios lugares de forma gratuita, de igual manera empresas que brindan el servicio a las familias de la ciudad.

También existen medios de comunicación con señal abierta y otros por medio de cable operadoras permitiendo que los ciudadanos puedan acceder a la información.

3.6. Identidad Visual

Gráfico 1: Identidad de la narrativa



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Del Amor al Odio - Casos de Violencia

El nombre nace de las entrevistas realizadas a profesionales en la rama de psicología en donde indican que mediante la observación identifican que el proceso de violencia contra la mujer en especial la psicológica es un ciclo creado por la persona agresora, del amor

que le tenían a su pareja proceden hacerle daño y luego pasan a una etapa de arrepentimiento y de pedir perdón para volverla a conquistar, logrado el objetivo vuelven a repetir el ciclo en conjunto de nuevas agresiones debido a que no han pasado por un proceso terapéutico, también en conjunto a la entrevistas testimoniales a mujeres que sufrieron de agresión y hombres que cometieron estos actos, debido a que el amor que sentían se desvaneció producto de los conflictos por lo que pasó a ser odio, de ahí proviene la frase “Del Amor al Odio”.

La tipografía donde dice del amor al odio, cuenta con un efecto de rasgado dejando la apariencia de dolor.

La línea gráfica de este proyecto está compuesta del siguiente modo:

Tabla 5: Característica del logo

ELEMENTOS	SIGNIFICADO
Colores	Magenta: Femenino, mujer Violeta: Dolor, violencia, golpes

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 5: Redes Sociales

PLATAFORMA	Redes Sociales
DIGITAL / ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On
HISTORIA	Por medio de las plataformas Facebook, Instagram y Spotify donde se presentarán los diferentes productos comunicacionales realizados.

EXPERIENCIA	La audiencia debe seguir las redes sociales, debido a que así entenderán y pueden comprender las historias a través de los diferentes productos que se van a publicar.
--------------------	--

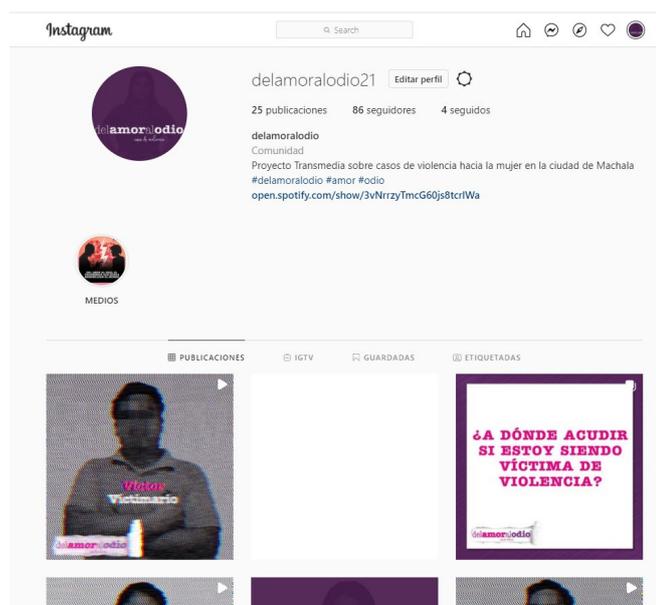
Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 2: Fanpage de Facebook Del amor al odio



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 3: Cuenta de Instagram Del amor al odio



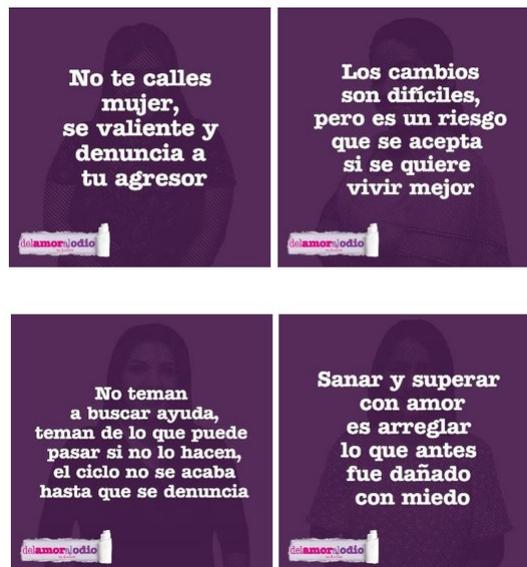
Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 6: Frases motivadoras

PLATAFORMA	Fotografías
DIGITAL ANALÓGICA	/ Digital
ON/OFFLINE	On
HISTORIA	Las fotos de mujeres tendrán frases motivadoras y de esa forma se podrá llegar a las audiencias.
EXPERIENCIA	Al observar la foto que tendrá una frase motivadora y que conmueva, la audiencia reflexionara sobre el mensaje, fotos que se publicaran en las redes sociales.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 4: Imágenes con frases



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 7: Videos Testimoniales

PLATAFORMA	Videos Testimoniales
DIGITAL / ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On
HISTORIA	En los videos con voz en off, se contará la historia de cada una de las víctimas de violencia y victimarios, también habrá videos donde la persona que sufrió algún tipo de violencia cuente la historia de forma anónima para proteger su integridad
EXPERIENCIA	La audiencia podrá escuchar y ver la historia contada por la propia víctima, la cual estará acompañada por un fondo instrumental y efectos.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 5: Videos Testimoniales



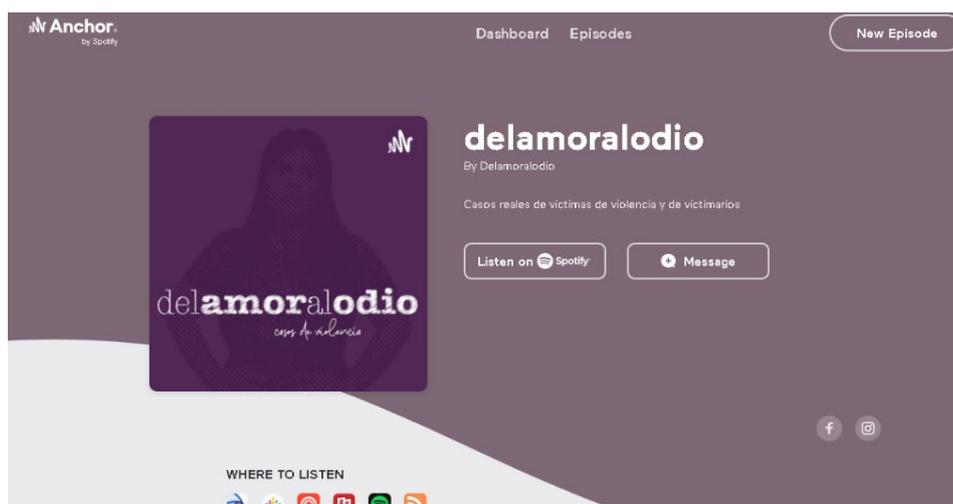
Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 8: Podcast

PLATAFORMA	Podcast
DIGITAL ANALÓGICA	/ Digital
ON/OFFLINE	On Line
HISTORIA	Será contada cada una de las historias en máximo de 0:35 a 0:59 segundos donde cada persona que sufrió la violencia contara lo que vivió mientras era víctima de maltrato
EXPERIENCIA	La audiencia lograra escuchar los audios a través de la plataforma Spotify, donde se contarán 8 historias las mismas que tendrán un fondo instrumental acompañando a la voz.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 6: Cuenta de Anchor / Spotify



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 7: Portadas de podcast



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 9: Cápsulas informativos

PLATAFORMA	Cápsulas informativas
DIGITAL ANALÓGICA	/ Digital/Analógica
ON/OFFLINE	On/Offline
HISTORIA	En las cápsulas informativas se mostraron entrevistas cortas, donde agentes de justicias, psicólogo, sociólogo, donde hablaban diferentes temas relacionados a la violencia,

EXPERIENCIA	Las personas que vean los videos podrán notar que al inicio habrá una pregunta, la misma que luego será contestada por el profesional para que no quede ninguna duda.
--------------------	---

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 8: *Capsulas Informativos*



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 10: *Código QR*

PLATAFORMA	Código QR
DIGITAL / ANALÓGICA	Digital/Analógica
ON/OFFLINE	On/Offline

HISTORIA	Los códigos QR serán publicados en medios de comunicación digitales, donde aparte de escanear encontrarán la identidad visual del amor al odio.
-----------------	---

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 9: Código QR



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 11: Infografías

PLATAFORMA	Infografías
DIGITAL ANALÓGICA	/ Digital/Analógica

ON/OFFLINE	On/Offline
HISTORIA	Mediante un carrito se emplea diferente información sobre temas de violencia, que ayudarán a quienes necesiten saber sobre este tema.
EXPERIENCIA	La audiencia mediante los carruseles se informará, para poder conocer los tipos de violencia y donde acudir en caso de que estén siendo víctimas de violencia.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 10: Infografías



Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Tabla 12: Gira de medios

PLATAFORMA	Gira de medios
DIGITAL ANALÓGICA	Digital/Analógica

ON/OFFLINE	On/Offline
HISTORIA	Se da a conocer sobre la propuesta transmedia que se realizará, esto ayudará que la audiencia del medio sea consumidora de los productos que se publicaran.
EXPERIENCIA	Se realizó una visita al medio de comunicación Radio Pública Utmach y se envió un boletín de prensa a los medios digitales, OMSI noticias, Knoticias, quienes a través de sus páginas publicaron el estreno de los productos comunicacionales.

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

Gráfico 11: Gira de medios





Fuente: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

3.6.1. Línea de tiempo para las publicaciones dentro de la narrativa

Mediante la línea de tiempo se fue programando cada una de las publicaciones que se iban a lanzar por las diferentes plataformas para dar a conocer los productos elaborados en esta narrativa transmedial.

Gráfico 12: Línea de tiempo

	Plataforma	DOMINGO	06/09/2021	07/09/2021	08/09/2021	09/09/2021	10/09/2021	11/09/2021	12/09/2021
Facebook	Frase foto		X	X	X	X	X	X	X
	Video victima		X		X		X		X
	Video victimario			X		X		X	
	video informativo			X		X		X	
	imágenes código QR	X							
Instagram	Podcast victima		X		X		X		X
	Podcast victimario			X		X		X	
	video informativo			X					
	frase FOTO		X	X	X	X	X	X	X
	imágenes código QR	X							
Spotify	podscast victima		X		X		X		X
	podscast victimario			X		X		X	

Matriz: Yuliana Ramón y Jonathan Ortega

3.6.2. Propuesta de evaluación y control de la interacción

La herramienta de análisis web que se utilizó para la obtener de los resultados que tuvieron cada uno de los productos que fueron publicados fue “FanpageKarma”.

La misma que brindó información completa de la página de Facebook del amor al odio, mientras que en Spotify e Instagram se usó las estadísticas que brindaban las mismas plataformas.

Los resultados obtenidos fueron de las publicaciones que se realizaron desde el 06 al 13 de septiembre del 2021.

CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1.Descripción y contrastación de los objetivos de la intervención

La propuesta de narrativa transmedia denominada Del amor al Odio - Casos de Violencia, tuvo como resultado una buena acogida con cada uno de los productos comunicacionales publicados en las diferentes plataformas que teníamos seleccionadas.

Las publicaciones iniciaron con una frase, podcast y video del testimonio de una víctima de violencia que fue publicado el 6 de septiembre del 2021, y la medición y análisis de todos los productos comunicacionales se realizó hasta el 13 de septiembre.

Gráfico 13: Resultado de video de testimonio

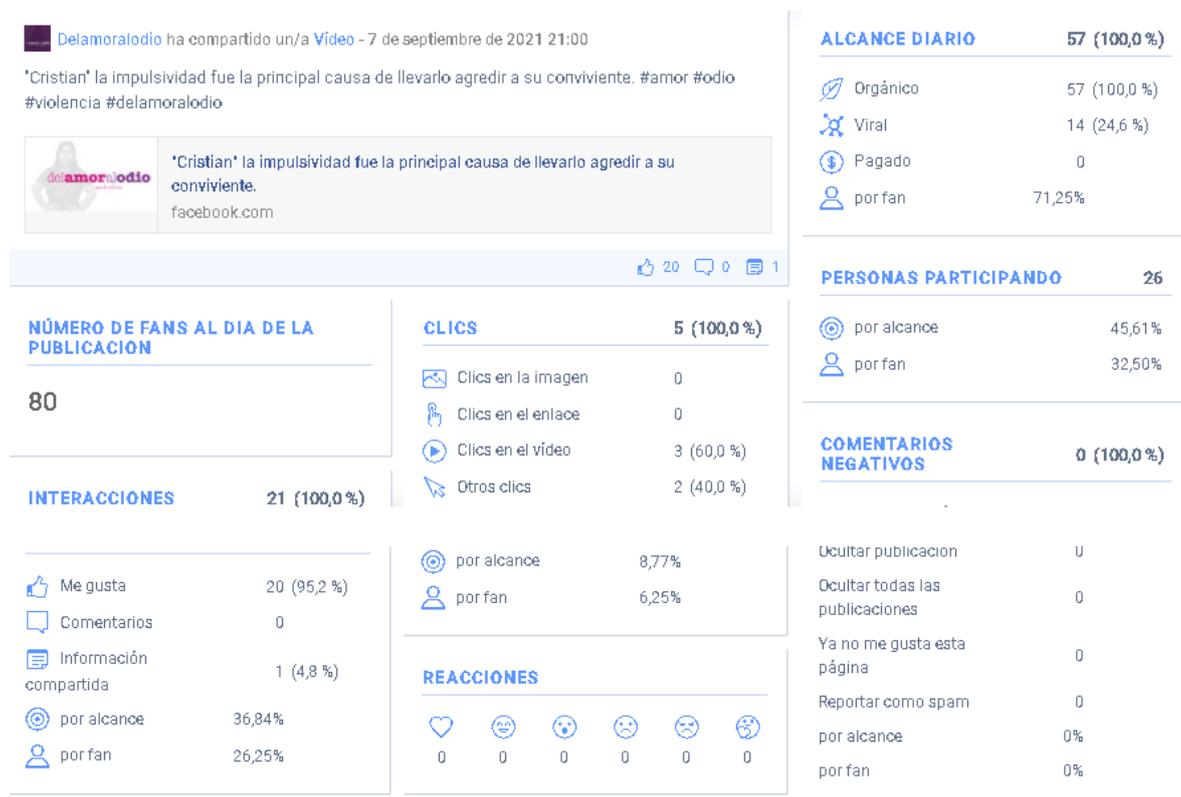


Fuente: Fanpage Karma

En la red oficial de Facebook se publicó el 6 de septiembre del 2021, video de una víctima de violencia, donde se obtuvo 20 likes, 5 me encantas, 1 me asombra y 2 comentarios, por otro lado, tuvo un alcance de 1634 personas, 55 orgánicas el de más alcance por pago y 23 interacciones, siendo esta la que más repercusión tuvo en la audiencia teniendo una

excelente aceptación. Siendo este video el mejor de la plataforma de Facebook, cabe recalcar que esta fue la única publicación que se pagó, mientras que ninguna otra más que se publicaron de las diferentes redes sociales se pagó, mientras que todos los demás resultados obtenidos son orgánicos.

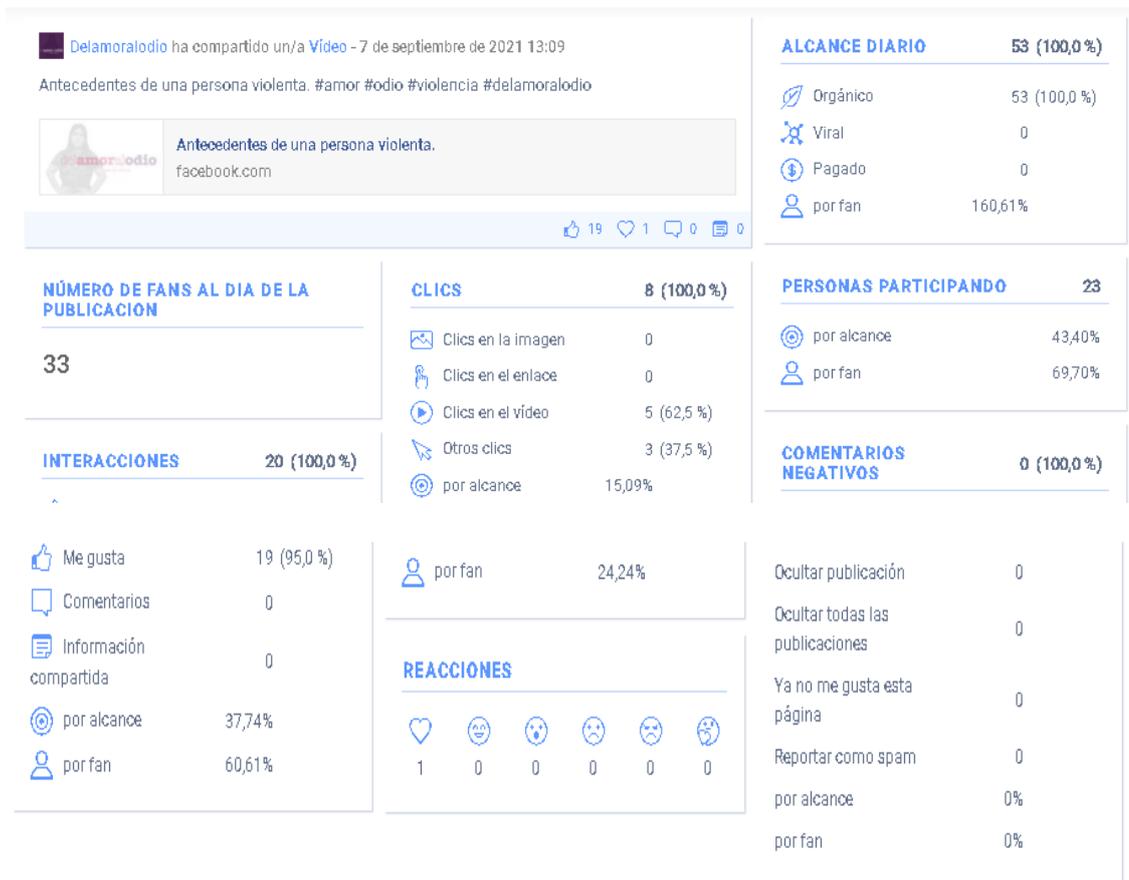
Gráfico 14: Videos testimonios hombres



Fuente: Fanpage Karma

En la red oficial de Facebook se publicó el 7 de septiembre del 202, video de un victimario de violencia donde se obtuvo 20 likes y 1 compartida, también obtuvo un alcance de 57 personas y 21 interacciones siendo este uno de los que tuvo más repercusiones de los videos de hombres en la plataforma de Facebook.

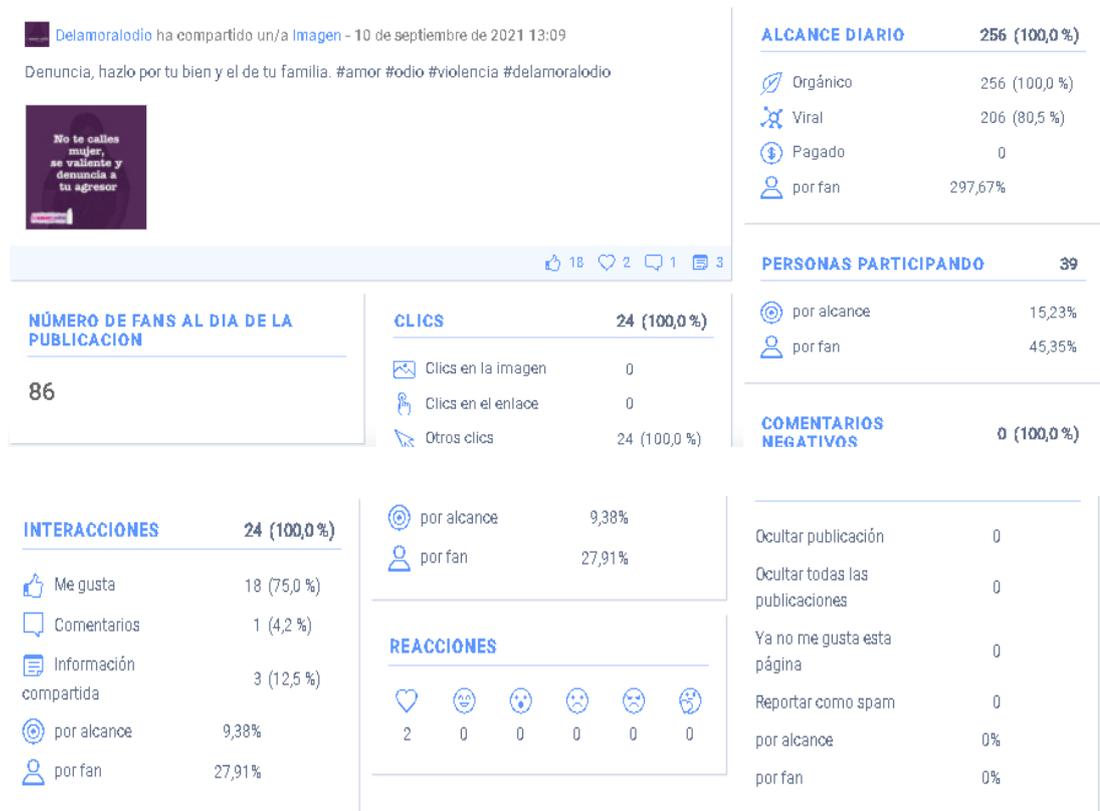
Gráfico 15: Cápsulas informativas



Fuente: Fanpage Karma

Una de las cápsulas informativas que mayor alcance tuvo, fue dirigida al público en general, donde se habla de cómo actúan los hombres, quienes crean un ciclo donde agreden a su conviviente luego se arrepienten y luego la vuelven a conquistar y este proceso se repite las veces que la mujer lo permita, esta cápsula busca informar en lo que pueden caer las mujeres y que tengan en cuenta que no deben dejar que esto suceda, se registró 53 personas alcanzadas y 20 interacciones, la audiencia se informó sobre este problema. Esto es parte de los mejores videos publicados en la plataforma Facebook.

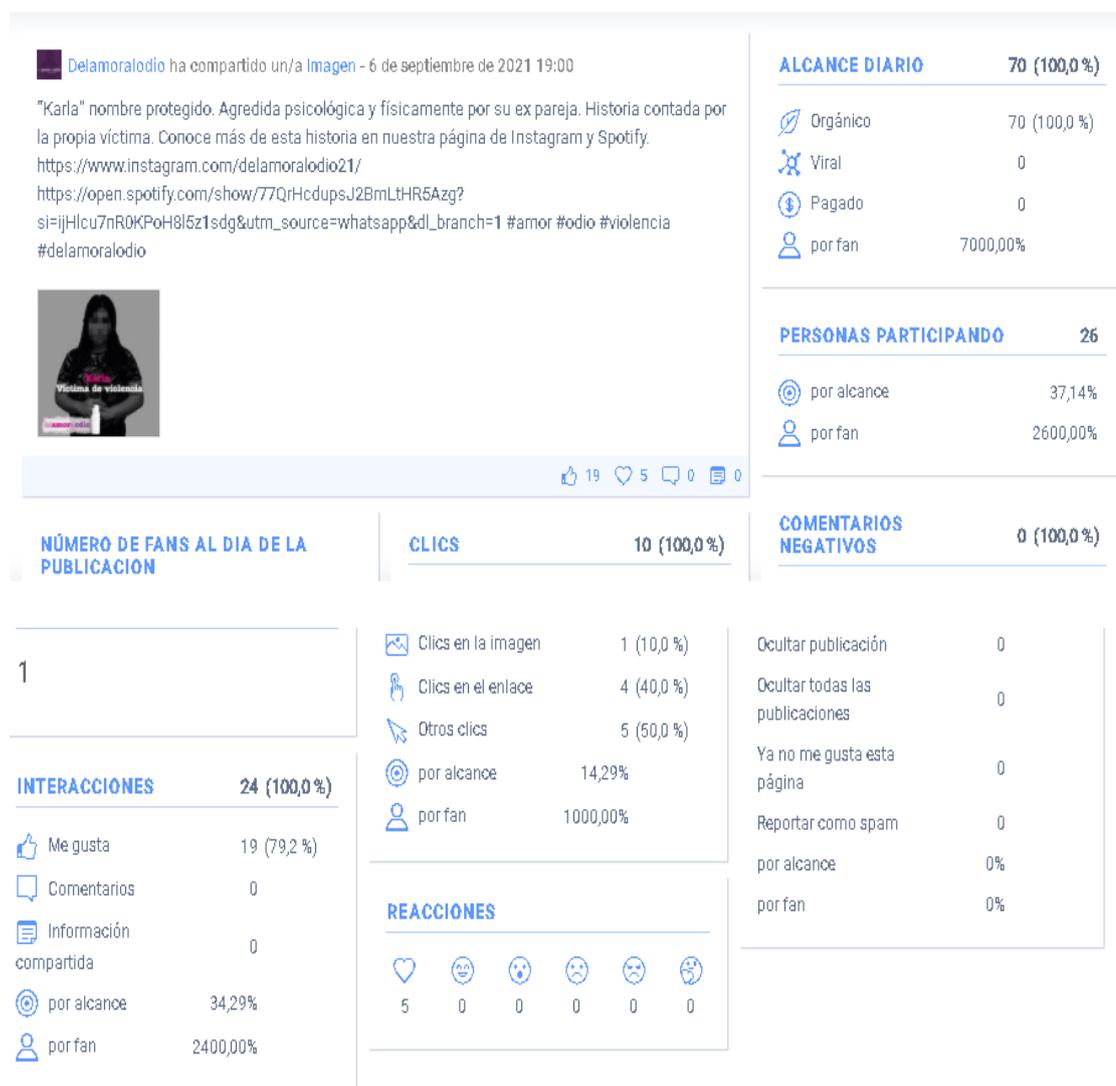
Gráfico 16: Frases motivacionales



Fuente: Fanpage Karma

Las frases que se publicaron, eran parte de las ideas compartidas por las personas que formaron parte de los grupos focales, quienes querían a través de frases darle aliento a las personas que han sido víctimas violencia, tuvo 18 *likes*, 2 me encanta, 1 comentarios y 3 veces compartidas, también tuvo un alcance de 256 personas y 24 interacciones, siendo esta una de las que mejor acogida tuvo por el público, publicada en la plataforma de Facebook.

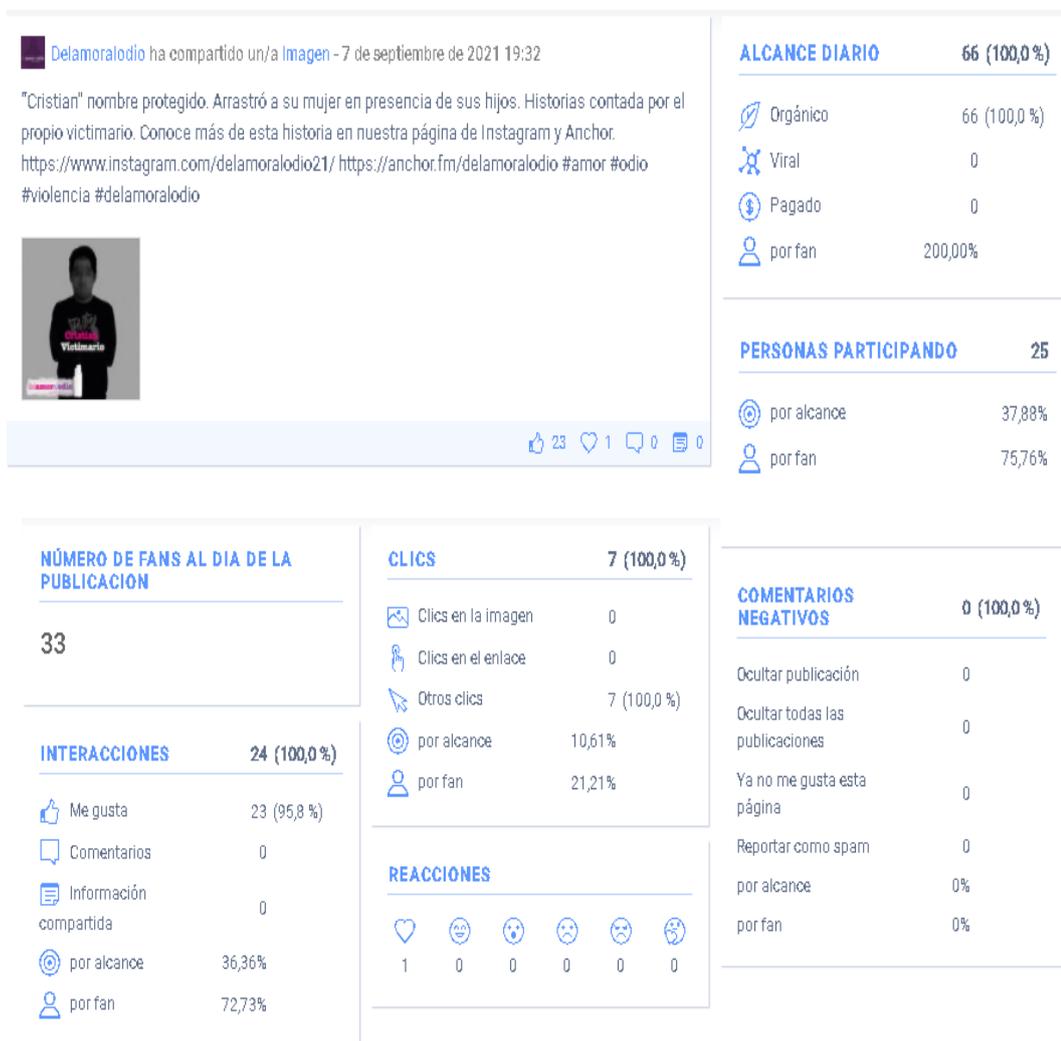
Gráfico 17: Imagen y enlace podcast mujeres



Fuente: Fanpage Karma

Las imágenes y enlaces que se publicó para que las personas conozcan el nombre protegido de las víctimas de violencia tuvo 19 likes y 5 me encantas, tuvo un alcance de 70 personas y 24 interacciones siendo una de las que había llegado a más audiencia y el público conoció un fragmento de lo que había sufrido “Karla” mientras vivía con su agresor, esta fue publicada en la plataforma de Facebook para que las personas se dirijan a Spotify e Instagram a través de los enlaces a ver la historia completa.

Gráfico 18: Imagen y enlace podcast hombres



Fuente: Fanpage Karma

Las imágenes y enlaces que se publicó para que las personas conozcan el nombre protegido de los victimarios de violencia tuvo teniendo 23 likes y 1 me encanta, teniendo un alcance de 66 personas y 24 interacciones, siendo el testimonio de hombres el que llegó a más público, “Cristian” quien agredió a su conviviente por diferentes motivos como problemas e impulsividad, esta fue publicada en la plataforma de Facebook para que las personas se dirijan a Spotify e Instagram a través de los enlaces a ver la historia completa.

Gráfico 19: Evolución de seguidores en Facebook Del amor al odio



Fuente: Fanpage Karma

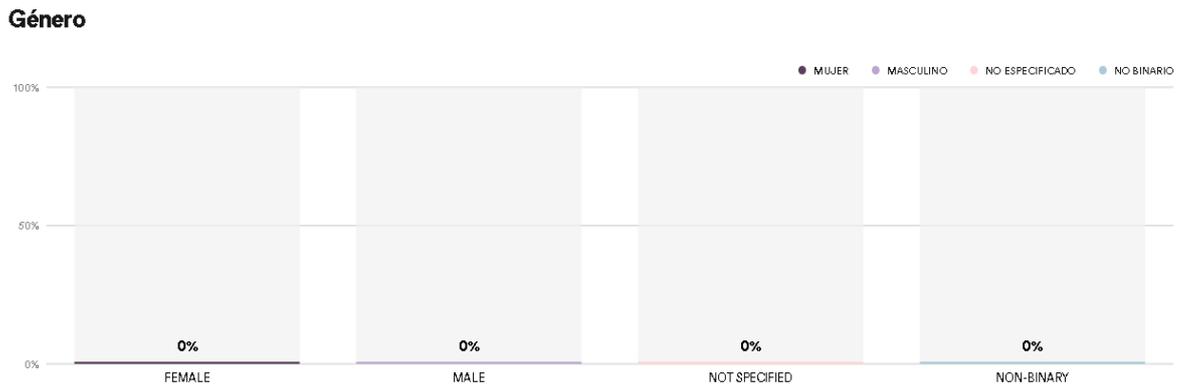
La fan page fue creada el 2 de septiembre del 2021, obteniendo seguidores de forma prolongada llegando hasta el 12 de septiembre llegando a 91 personas que le gustan la página y 96 seguidores, quienes vieron y compartieron los diferentes productos publicados de narrativa transmedia, en las estadísticas se puede ver que el público si le gustaron los productos que se presentaron en las plataformas y que fue un trabajo que en su corto tiempo tuvo buena acogida.

Gráfico 20: Cuenta de Spotify



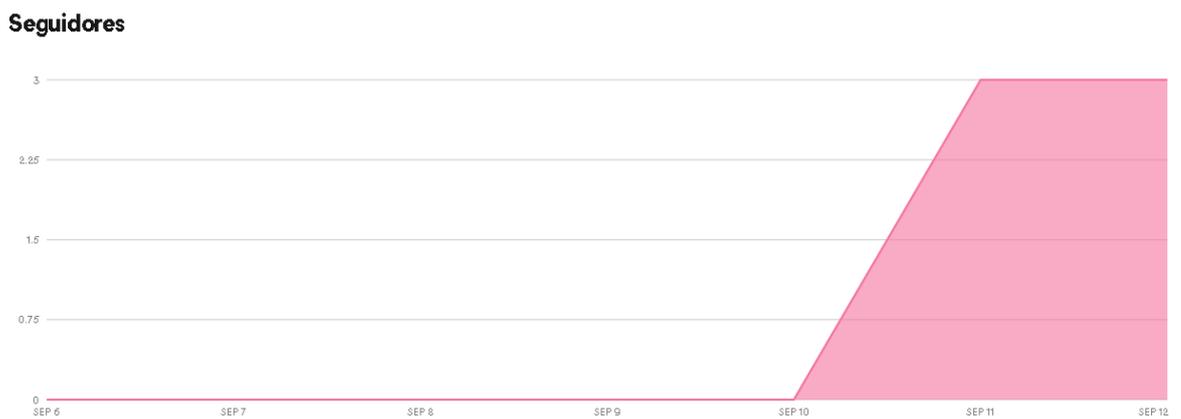
Fuente: Spotify

Gráfico 21: Seguidores en Spotify



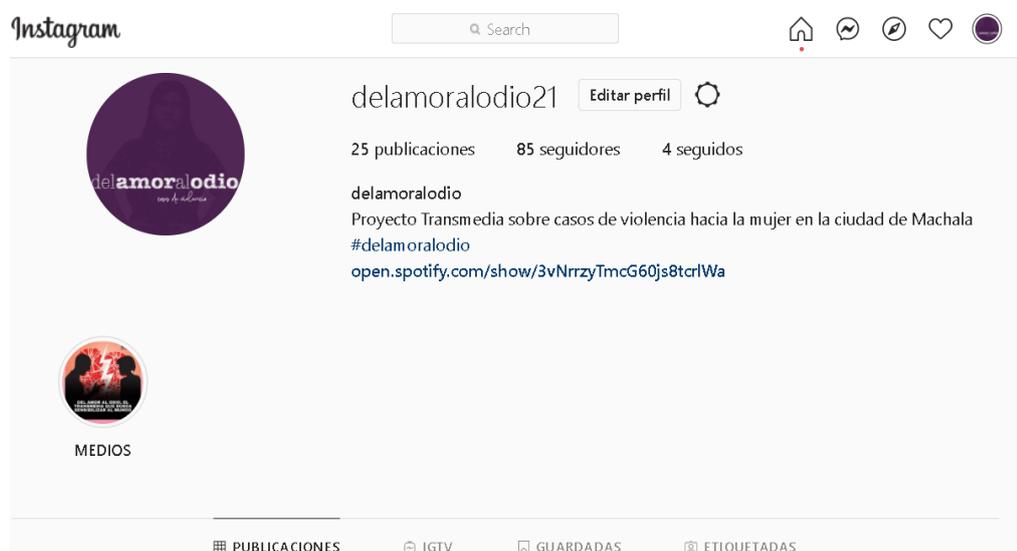
Fuente: Spotify

Gráfico 22: Retención de la audiencia



Fuente: Spotify

Gráfico 23: Instagram

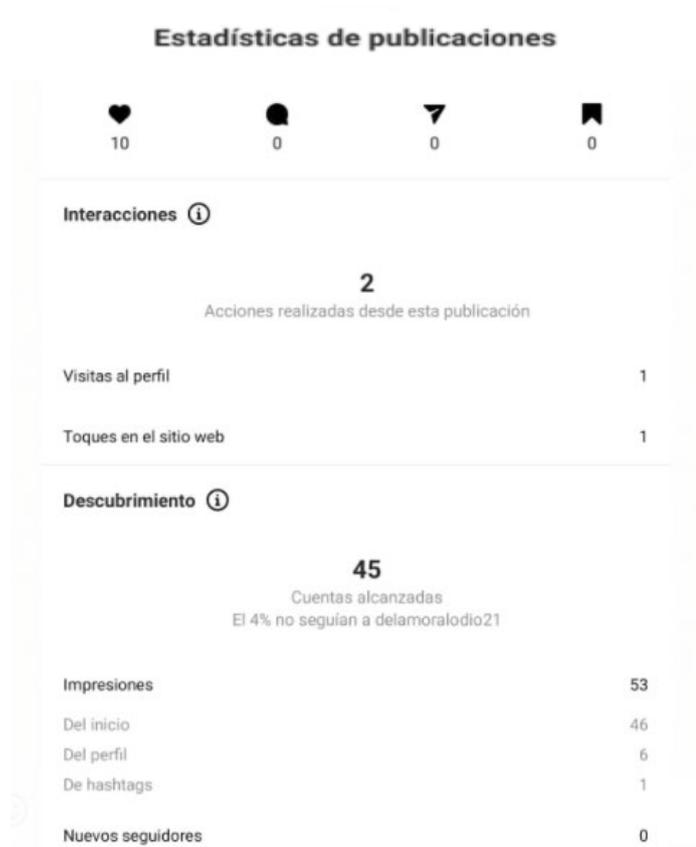


Fuente: Spotify

La página fue creada como empresarial, en la categoría comunidad, las estadísticas no fue posible obtener debido a que no se contaban con los 100 seguidores. Desde la creación de la página se llegó hasta las 85 personas que siguieron la cuenta oficial, las mismas que interactuaron con los contenidos e historias publicadas.

Gráfico 24: Frases motivadoras





Fuente: Instagram

Se publicaron 4 frases de aliento hacia las mujeres, donde esta fue la que más alcance tuvo llegando a 45 cuentas alcanzadas y teniendo 10 me encanta, aunque el 4% no seguía la página, pero sin embargo conoció la información que se publicó, lo interesante es que una de ellas se quedó a visitar la página para ver los diferentes contenidos que se publicaron.

Gráfico 25: Videos con voz en off mujeres



Fuente: Instagram

En las publicaciones de podcast de mujeres donde se contaban historias en base a los testimonios, aunque todos fueron escuchados este fue el que mejor estadísticas presentó, se alcanzó 31 personas y todas seguían la página.

Gráfico 26: Videos con voz en off hombres



Fuente: Instagram

Los podcasts presentados donde se contaban las historias que habíamos obtenido en base a los testimonios fueron 4 y todas fueron escuchadas, pero esta fue la que mejor resultados se obtuvo, se alcanzó a 34 personas, el 8% no seguía a la página, pero vieron el contenido publicado, lo interesante es que 5 personas se quedaron a ver toda la información que teníamos conociendo sobre más historias que se contaron.

Gráfico 27: Carruseles



Fuente: Instagram

Se publicaron 4 carruseles con diferentes temas, donde este fue el que alcanzó más personas, llegando hasta 42 cuentas siendo todas seguidoras de la página, lo interesante es que entra esa cantidad hubo una que se quedó revisando la información que anteriormente había en la página, como videos y frases.

4.1.Conclusiones

El presente trabajo está compuesto por la producción de la narrativa transmedia sobre del amor al odio casos de violencia, orientada a la audiencia de la ciudad de Machala, desarrollado durante un periodo de 8 días, por ello se llega a las siguientes conclusiones:

- La narrativa transmedia es una forma de poder llevar diferentes contenidos a diferentes plataformas, esto permite que se abarque mayor audiencia obteniendo resultados positivos, aun mas cuando son temas sociales, para esto se narró una historia con diferentes mundos, partiendo de la clasificación de los tipos de violencia contra la mujer temas que no eran conocidos y que evidencio en la investigación previa de la investigación; los personajes son personas agredidas y agresores, dando testimonios reales, las mismas que fueron contadas a través de diferentes productos comunicacionales, generando en la audiencia identificación y que sean parte de la propuestas con sus comentarios y compartir en sus muros, cada una de las plataformas apporto para que la historia sea contada y el usuario pueda navegar dentro de la historia.
- Las plataformas que mayores acogidas tuvieron fueron Facebook, donde se publicaron los videos testimoniales de las víctimas y victimarios de violencia, Instagram se publicó frases de aliento y podcast adaptados para que escuchen y vean la imagen de la víctima de violencia protegiendo su identidad y Spotify, donde se publicaron las historias mediante podcast para que escuche la audiencia estos canales de comunicación fueron identificados de los grupos focales que se realizaron los mismos que se utilizó para poder enlazar las historias y así poder hacerlas llegar a los diferentes públicos. El que mayor alcance tuvo fue el video testimonial de “Karla” llegando hasta 1634 y 55 personas orgánicas.
- Para la sensibilización sobre la violencia a la mujer, se tuvo que construir 3 mundos narrativos: Del amor a la violencia I, Del amor a la violencia II y Amor propio, esto permitió que se hagan los contenidos preciosos para que puedan causar impacto en la sociedad, además los productos comunicacionales que

estuvieron contados directamente por la víctima, permite una mayor identificación por parte de los que consumían los diferentes videos publicados, también se pudo constatar en las estadísticas como los videos informativos tenían bastantes aceptación.

- Las entrevistas y los focos grupales son muy importante para definir los productos y las plataformas que se deben utilizar así mismo se debe buscar fuentes documentales para poder contrastar y fundamentar sobre el tema que se está realizando. Con este proyecto se pudo evidenciar cómo este tipo de propuestas si llaman la atención de los ciudadanos machaleños, esto se evidencio en las reacciones que tenían al momento de ver los productos, algunos de “asombro” y otros de “me entristece”. También Instagram fue la otra plataforma que presentó bastante interacción escuchando las historias de víctimas y victimarios.
- El desarrollo del presente trabajo fue de forma profesional para poder construir la propuesta transmedial presentada, lo interesante de la misma es que no solo quedará allí y se borrará, debido a que está en redes sociales se seguirá manteniendo y va en dependencia de todos los públicos, de los cuales estén buscando información sobre violencia de género, encontraran la página para que puedan tener material didáctico o referencial.

4.2.Recomendaciones

Luego de investigar de esta problemática, como es el caso de violencia hacia la mujer a través de una narrativa transmedia se recomienda:

- El alcance que se tuvo iba en crecimiento optimo y recomendamos que nuestro proyecto sea en cuenta como base para que luego se pueda seguir construyendo productos comunicacionales transmediales utilizando el concepto del amor al odio.
- Se recomienda la aplicación de la narrativa transmedia para abordar temas sociales, debido a que esta es una de las mejores formas de poder llegar a los diferentes públicos que se encuentran en otras plataformas y así la información pueda llegar a más personas. Lo interesante de esta propuesta es que, si tiene repercusiones y es bien acogida por la audiencia, mostrando los resultados estadísticos estos datos, por lo que sería bueno que se sigan tratando estos temas,

siempre y cuando se tenga como base una investigación previa a profesionales, los mismo que darán las pautas para poder realizar buenos productos.

- Los temas sociales, deben ser fomentados más seguido, aún más si se trata de la violencia contra la mujer, que se debe también hacer contenidos para los hombres, de igual manera para niños, porque ellos también sufren, aunque no sean directamente afectados por algún tipo de violencia, de acuerdo con los profesionales, esto puede cambiar si se busca ayuda para mejorar y que el círculo familiar no termine en una ruptura producto de los conflictos dentro del hogar.
- Cuando se haga este tipo de proyectos, deben ir más allá de una entrevista o investigación y sentirse parte de cada historia para al contarlas transmitir a través de lo que se vaya a realizar, así se llega a la sensibilidad del público y esto causara que le gusten y esperara para el lanzamiento de cada de las publicaciones.
- Se debe realizar contenidos también dirigidos a niños y niñas, sabiendo tratar estos temas bajo una investigación para no dañar la susceptibilidad de los infantes porque el enfoque siempre es hacia la mujer y el hombre.
- Se recomienda usar los productos comunicacionales que realizamos, para que sean reproducidos en su totalidad por la página de la radio de la Universidad Técnica de Machala, ya que si existió un buen alcance.

Referencias

- Andrade, A. (21 de Julio de 2021). Índice alto de violencia contra la mujer. (Y. E. Ramón Roman, & J. W. Ortega Gonzalez, Entrevistadores) Machala, El Oro, Ecuador. Obtenido de https://drive.google.com/drive/folders/1-izJMwPB1ZjJu-iVCk2x9yMC_DfRqd_o?usp=sharing
- Andrade, A. (23 de Julio de 2021). La violencia en los hogares. (Y. E. Ramón Román, & J. W. Ortega Gonzalez, Entrevistadores) Machala, El Oro, Ecuador. Obtenido de https://drive.google.com/drive/folders/1-izJMwPB1ZjJu-iVCk2x9yMC_DfRqd_o?usp=sharing
- Atarama-Rojas, T., & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación, 17*(1), 34. doi:<https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>
- Bauçà Nicolau, V. (Diciembre de 2020). La violencia física y económica contra las mujeres en la Mallorca del siglo XVII: una aproximación. *Revista internacional de literatura y cultura medieval y moderna, 16*, 346. doi:10.7203/SCRIPTA.16.19234
- Becerra-Rodríguez, D. F., Barreto-Tovar, C. H., Bernal-Torres, C. A., & Ordoñez, A. F. (Abril de 2021). Lectura grupal e infografías en la enseñanza y el aprendizaje de contenidos de divulgación científica en el contexto universitario. *Formación Universitaria, 14*(2), 48. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000200047>
- Berni, M. P. (2018). Estratuvismo social machista en Ecuador. Violencia de género, femicidio. *Revista Conrado, 14*(61), 112. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n61/rc176118.pdf>
- Camacho, M. M., & Segarra, S. M. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista de Comunicación, 18*(2), 225. doi:<https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A11>
- Camacho, M. M., & Segarra, S. M. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista de Comunicación, 18*(2), 232. doi:<https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A11>
- Caravaca Llamas, C., & Sáez Dato, M. (2020). Las otras víctimas: consecuencias y reconocimiento legal de los menores de edad víctimas de la violencia de género ejercida en el hogar. *Boletín Criminológico, 26*(191), 4. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7491826>
- Código Orgánico Integral Penal. (2014). Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/ECU/INT_CEDAW_ARL_ECU_18950_S.pdf
- Código Orgánico Integral Penal. (2014). Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/ECU/INT_CEDAW_ARL_ECU_18950_S.pdf
- CONVENCION DE BELEM DO PARA. (2005). *CONVENCION INTERAMERICANA PARA PREVENIR, SANCIONAR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER*. Brasil. Obtenido de

<https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2018/06/CONVENCION-INTERAMERICANA-PARA-PREVENIR-SANCIONAR-Y-ERRADICAR-LA-VIOLENCIA-CONTRA-LA-MUJER-BELM-DO-PAR.pdf>

- Cortez, E. (20 de Julio de 2021). La narrativa transmedial. (Y. E. Ramón Roman, o, & J. W. Ortega Gonzalez, Entrevistadores) Obtenido de <https://drive.google.com/drive/folders/1biUUh1LkVWVBBMXu946QekIIItsTI1wB-?usp=sharing>
- Deere, C. D., & León, M. (2021). De la potestad marital a la violencia económica y patrimonial en Colombia. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 23(1), 221. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/sociojuridicos/a.9900>
- Echeburúa, E., & Amor, P. J. (2016). Hombres violentos contra la pareja: ¿tienen un trastorno mental y. *terapia psicológica*, 34(1), 31. doi:<https://doi.org/10.4067/S0718-48082016000100004>
- Fechine, Y. (2017). Cultura participativa y narratividad: enfoque sociosemiótico de la transmediación. *Tópicos del seminario*(37), 163. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/594/59451152007/59451152007.pdf>
- Fernández Picón, C., Quiñones Flores, M. M., & Prado Juscamaita, J. I. (2019). Perfil del agresor y violencia en mujeres de una zona periurbana Huánuco, Perú. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 11(5), 125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-124.pdf>
- García-Orosa, B. (2018). Perfil de la audiencia de cibermedios: representación discursiva y praxis del receptor 2.0. *Palabra Clave*, 21(1), 114. doi:10.5294/pacla.2018.21.1.6
- Gómez Barrios, F. V., & Palma Velásquez, E. (Mayo de 2020). El podcast en el desarrollo de las habilidades orales en estudiantes de Inglés como lengua extranjera. *Educere*, 24(78), 239. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/356/35663284005/35663284005.pdf>
- Gonzalez-Argote, J., & Garcia-Rivero, A. A. (2016). Códigos QR y sus aplicaciones en las ciencias de la salud. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 27(2), 239. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132016000200008
- Gonzalez-Carrion, E. L., & Aguaded, I. (2020). Procesos de interacción en Instagramers latinoamericanas. El caso de Perú y Colombia durante el 2019. *Revista de Comunicación*, 19(2), 162. doi:<https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A9>
- Goyas Cespedes, L., Zambrano Noles, S. P., & Cabanes Espino, I. (Septiembre de 2018). Violencia contra la mujer y regulación jurídica del femicidio en Ecuador. *Revista de investigación en Derecho, Criminología y Consultoría Jurídica*, 12(23), 131. Obtenido de <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/dike/article/view/634/523>
- Instituto Nacional de Estadísticas y censo INEC. (s.f). *ecuadorencifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *ENCUESTA NACIONAL SOBRE RELACIONES FAMILIARES Y VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES, ENVIGMU*. INEC, Quito.

Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Violencia_de_genero_2019/Principales%20resultados%20E NVIGMU%202019.pdf

- Jauregui Caballero, A., & Ortega Ponce, C. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*(77), 336. doi:<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1462>
- Mateos Casado, C. (2021). La pandemia en la sombra. Mujeres víctimas de violencia de género confinadas frente a una doble amenaza en la Covid-19. *Historia Y Comunicación Social*, 26(Especial), 108. doi:<https://doi.org/10.5209/hics.74246>
- Mendoza Macías, E., Aragón García, M., & Márquez Arreguín, G. (2018). El alumno como prosumidor de medios. 4(4), 2. Obtenido de <https://posgradoeducacionuatx.org/pdf2018/A229.pdf>
- Naciones unidas. (25 de Febrero de 2021). *media.un.org*. Obtenido de https://cdnapisec.kaltura.com/index.php/extwidget/preview/partner_id/2503451/uiconf_id/43914941/entry_id/1_wehjke1p/embed/dynamic
- Nava-Navarro, V., Onofre-Rodríguez, D., & Báez-Hernández, F. (2017). Autoestima, violencia de pareja y conducta sexual en mujeres indígenas. *Enfermería Universitaria*, 14(3), 164. doi:10.1016/j.reu.2017.05.002
- ONU Mujeres. (2020). *unwomen*. Obtenido de <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/in-focus-gender-equality-in-covid-19-response/violence-against-women-during-covid-19>
- ONU Mujeres. (23 de Noviembre de 2020). *unwomen*. Obtenido de <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>
- Robledo Dioses, K., Atarama Rojas, T., & Palomino Moreno, H. (2016). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 223. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55593>
- Rousseaux Modesí, A. (2013). La violencia contra la mujer como problema social. *Revista Información Científica*, 78(2), 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5517/551757267017.pdf>
- Ruiz-Pérez, I., & Pastor-Moreno, G. (2021). Medidas de contención de la violencia de género durante la pandemia de COVID-19. *Gaceta Sanitaria*, 35(4), 389. doi:<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.04.005>
- Sabando Rendón, J., & Rodríguez Caguana, T. (2019). ANÁLISIS DE LAS ABREVIATURAS COMUNICACIONALES DEL LENGUAJE ESCRITO EN LA RED SOCIAL FACEBOOK. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*(148), 53. doi:<https://doi.org/10.15178/va.2019.148.41-55>
- Safranoff, A. (2017). Violencia psicológica hacia la mujer: ¿cuáles son los factores que aumentan el riesgo de que exista esta forma de maltrato en la pareja? *Salud Colectiva*, 13(4), 613. doi:<https://doi.org/10.18294/sc.2017.1145>

- Santiago, R., & Bárcena, E. (2016). El potencial del podcast como recurso didáctico para el desarrollo de las destrezas orales de segundas lenguas con dispositivos móviles. *Monográfico I*, 64. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6733380>
- Santos, G. G. (2019). Visualizando la persistencia de la violencia contra la mujer. *Index Enferm*, 28(4), 228. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962019000300014&lang=es#B4
- Scolari, C. (Diciembre de 2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación*, 2(2), 247. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO%3%A7/Downloads/Dialnet-NarrativasTransmedia-5652806.pdf>
- Scolari, C. A., Lugo Rodríguez, N., & Masanet Jordà, M. J. (2019). Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*(73), 117. doi:10.4185/RLCS-2019-1324
- Scolari, C. A., & Establés, M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1015. doi:10.5294/pacla.2017.20.4.7
- Spotify. (s.f.). Obtenido de <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>
- Tensesaca Torres, J. (21 de Julio de 2021). Violencia Psicológica. (Y. E. Ramón Roman, & J. W. Ortega Gonzalez, Entrevistadores) Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1dp66LKOIDOesDsFla6XXfIY7ZPMMqnFZ/view?usp=sharing>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevistas aplicadas

NARRAYIVA TRANSMEDIA

➤ EDGAR CORTEZ

Transmedia – Quito

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar historias con imágenes, palabras e infografías. ➤ Los diferentes formatos digitales nos permiten llegar a más audiencia. ➤ Permite que las personas interactúen con los diferentes contenidos transmedia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hoy en día las personas no desean ver videos largos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es importante conocer la audiencia para saber cómo llegar a su sensibilidad. ➤ Los contenidos deben ser cortos y directos. ➤ Las historias pueden ser contadas con imágenes y palabras.

Matriz: Edward de Bono

➤ JORGUE LARGO

Comunicador Social – Narrativa Transmedia

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los contenidos son adaptables y usables que se pueden ver en cualquier dispositivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El tiempo para contar una historia y que llegue rápido al receptor y para no aburrirse siempre debe ser corto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Imágenes móviles e infografías siempre serán las ideales para contar una historia. ➤ El matiz y colores es muy importante para contar una historia.

Matriz: Edward de Bono

PRODCUTORES AUDIOVISUALES

➤ EFREN ROMERO

Productor Audiovisual – CEO Grupo APAD

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La narrativa transmedia sirve para poder informar a diferentes públicos debido que existe una segmentación y no todos miran las mismas redes sociales o plataformas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En transmedia si las historias no están entrelazadas el público no puede entender. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los mensajes que se quieren mostrar al público deben ser motivadores. ➤ 5 a 10 primeros segundos debe siempre ir lo más importante para enganchar al público.

Matriz: Edward de Bono

➤ PATRICIA PACHECO

Productora audiovisual

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los mundos narrativos permiten contar diferentes historias. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que no se puede utilizar siempre personajes reales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las historias deben ser contextualizadas, cotidianas, para de esa manera generar emociones en los receptores. ➤ Al momento de crear un producto se debe tener en cuenta los conocimientos de planos, continuidad

		para obtener buenos resultados.
--	--	---------------------------------

Matriz: Edward de Bono

➤ **JORGUE LARGO**

Productor audiovisual

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
➤ La innovación siempre marcará una diferencia al momento de producir.	➤ . La innovación siempre marcará una diferencia al momento de producir.	➤ Se debe hacer una buena producción, buen contenido para generar emociones.

COMUNICADORES VISUALES

➤ **LADDY QUEZADA**

Comunicadora visual

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
➤ Identificar los indeseados permite que se pueda hacer sentir a la gente en el lugar del suceso de violencia	.	<p>➤ Las redes sociales sirven para difundir información, pero también existen más plataformas como páginas web, webinar, demostraciones para así mediante las bases de datos poder enviar datos extras que sean de ayuda.</p> <p>➤ La música, colores, que identifiquen la violencia permite dar una mejor sensación y</p>

		sentir de esta problemática.
--	--	------------------------------

Matriz: Edward de Bono

➤ **FABRICIO CRUZ**

Periodista Diario La Opinión

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se puede utilizar un estilo propio junto al uso libre de diferentes materiales para crear contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ . Si la foto noticia no tiene una buena redacción no conmueve al público y no lo engancha. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las fotografías dramáticas son las que más llaman la atención y llegan al público. ➤ Las historias pueden ser contadas desde los mejores momentos hasta los más controversiales y duros.

Matriz: Edward de Bono

Anexo2: Preguntas Aplicadas

PREGUNTAS APLICADAS
GRUPOS FOCALES
¿Conoce los tipos de violencia que existen contra la mujer?
¿Cuál es la más común?
¿Una persona violenta pueda cambiar?
¿Qué medios más utiliza en tu día a día?
¿Cuál cree que sería el medio adecuado para tratar temas sociales?
¿qué formato sería el más accesible para informarse sobre temas sociales?
¿Como ustedes interactúan con las redes sociales?
¿cómo le gustaría que le cuenten la historia? 1ra, 2da, 3er persona
¿Le gustaría que sea contada con personajes ficticios o reales?

ENTREVISTAS A VÍCTIMAS
¿Como fue la primera vez que actuaste contra tu conviviente?
¿Cuáles fueron las causas por las que actuó de una forma violenta?
¿Existió algún tipo de precedente lo cual te llevo a realizar estos actos?
¿Qué fue lo más duro que hiciste contra tu conviviente?
¿Te sentiste culpable o te afectaron los actos que cometiste?
¿Tus hijos como actuaron al momento de ser testigos de este suceso?
¿Como fue la primera vez que actuaste contra tu conviviente?
ENTREVISTAS A VICTIMARIOS
¿Alguna vez notaste un comportamiento que termine en agresión contra ti?
¿Cuál fue el primer tipo de violencia que sufrió? (Sexual, psicológica o emocional)
¿Como lo tomaste, que pensaste cuando te agredió?
¿Pensaste en denunciarlo, en irte de tu casa, o simplemente te quedaste? ¿Por qué?
¿Tus hijos como actuaron al momento de ser testigos de este suceso?
¿Buscaste alguna ayuda para ellos?
ENTREVISTAS AGENTES DE JUSTICIA
FISCAL PROVINCIAL
¿Qué tienen en común los casos de violencia contra la mujer?
¿Qué tiempo dura una investigación para esclarecer un caso de violencia hacia la mujer?
¿Todos los procesos terminan o no?
¿Qué tipo de medidas precautelares para el victimario existen?
¿Se las aplica?
¿Cuántos años se va preso?
POLICIA NACIONAL
¿Cuál es el índice anual de condenas por casos de violencia contra la mujer en El Oro?
¿Cuántas denuncias llegan de forma diaria o mensual de agresión contra la mujer?
¿Qué tipo de medidas precautelares para el victimario existen?
¿Se las aplica?
¿Cuántos años se va preso?
ENTREVISTAS EXPERTOS EN VIOLENCIA
PSICÓLOGO
¿De los tipos de violencia cual es el que se ve más arraigado en la ciudadanía?

¿Cuáles son los antecedentes de una persona violenta?
¿Existe algún tipo de patrón que permita identificar a un victimario?
¿Qué procesos usa para quienes buscan ayuda profesional para mejorar?
SOCIÓLOGO
¿causas de la violencia?
¿Efectos de la violencia?
¿Qué hacer frente a la violencia?
PROFESIONALES EN TRANSMEDIA
¿Qué tipo de características debe tener una buena historia?
¿Qué formato es recomendable para concienciar un público específico?
¿Cuáles son los elementos esenciales (clave) de una Narrativa transmedia?
¿Como generar emoción con una buena narrativa?
¿Cómo lograr que la audiencia sea parte de la historia?
¿Qué plataforma son recomendables para poder llegar a las personas sobre el tema de la violencia?
¿Qué se debería potenciar en el comunicador para poder hacer Transmedia?
¿Qué estrategias se deben implementar para desarrollar transmedia en una campaña?
¿Qué es recomendable hacer transmedia o crossmedia para temas sociales?
¿Cómo se adapta la crossmedia en la audiencia?
¿Cómo hacer que la audiencia logre interactuar con la Narrativa transmedia?
¿Cómo se caracteriza la audiencia en un proyecto?
¿En qué se diferencian la Narrativa Transmedia de la crossmedia?
¿Cuáles son las ventajas de una narrativa crossmedia frente a una transmedia?
¿Cuáles son las plataformas óptimas para tratar temas sociales?
¿Como evaluar esa plataforma?
¿Qué plataforma sería la principal?
¿Como llevar los contenidos a las diferentes plataformas?
¿Como generar emoción con un producto audiovisual?
¿Como se debería potenciar a los comunicadores para que puedan hacer buenos productos audiovisuales?
¿Cómo presentar los contenidos de violencia?
¿Qué personaje es mejor para las historias los ficticios o reales?
¿Qué elemento debería tener un producto audiovisual para llegar al público?

¿Qué tipo de estilo visual es la más adecuada para llegar el público?
¿cuál es la estructura para poder realizar un correcto diseño narrativo?
LICENCIADAS EGRESADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL – UTMACH
¿Cuáles son los elementos esenciales (clave) de una Narrativa transmedia?
¿Como manejaron la crossmedia / Transmedia en sus proyectos?
¿Cómo caracterizaron a la audiencia en su proyecto?
¿Cómo evaluaron los contenidos en la audiencia?
¿Qué tomaron en cuenta para elegir las diferentes plataformas para su proyecto?
¿Como llevar los contenidos a las diferentes plataformas?

Anexo 3: Guiones de Podcast

EFEECTO	TEXTO	TIEMPO
VÍCTIMAS		
Fondo musical	KARLA NOMBRE PROTEGIDO El daño psicológico y físico producto de los celos hicieron que tome la decisión de terminar su relación y hoy cuenta con una boleta de auxilio por temor hacia su ex pareja.	21 seg
Fondo musical	FÁTIMA NOMBRE PROTEGIDO Su ex pareja la maltrataba psicológica y verbalmente, producto de estar bajo los efectos de las drogas, la amenazaba para que ella se quedara callada, hasta que su familia la ayudo y finalmente pudo separarse.	24 seg
Fondo musical	MARISOL NOMBRE PROTEGIDO Su pareja se desquitaba y se desahogaba con ella median insultos debido que era la única persona que estaba siempre ahí, ahora el cambio y viven sin ningún tipo de violencia.	22 seg
Fondo musical	FERNANDA NOMBRE PROTEGIDO Vivía constante maltrato entre insultos y golpes, su familia no le creía cuando acudía a	33 seg

	ellos por ayuda, porque a su ex conviviente lo conocían como una persona tranquila incapaz de agredirla, las amenazas que recibía no le permitían tener el valor para denunciar porque temía por su vida.	
VICTIMARIOS		
Fondo musical	<p>CRISTIAN NOMBRE PROTEGIDO</p> <p>La pérdida de la paciencia y el impulso lo llevo a tratarla mal arrastrándola a su mujer siendo sus hijos testigos, por lo que busco ayuda asistiendo a terapias para poder cambiar y ser un mejor esposo y padre.</p>	24 seg
Fondo musical	<p>STEVEEN NOMBRE PROTEGIDO</p> <p>Los problemas de gritos e insultos y al ser una persona impulsiva lo llevo a que actué haciéndola golpear a su mujer, en otra ocasión la golpeo haciéndose valer de su fuerza como hombre, tiempos después sintió culpa y recapacito que no era lo correcto golpear a su conviviente.</p>	24 seg
Fondo musical	<p>VÍCTOR NOMBRE PROTEGIDO</p> <p>Desde su niñez le inculcaron que deber poner las reglas y el orden en la casa, tiempo después las discusiones diarias que tenían en casa terminaron en golpe donde para el victimario estaba bien actuar de forma violenta porque era lo que él había visto.</p>	24 seg
Fondo musical	<p>CARLOS NOMBRE PROTEGIDO</p> <p>Los problemas laborales lo llevaron a que se desquite con su conviviente sacando su furia contra su conviviente golpeándola, sin tener algún remordimiento, tiempos después se dio</p>	22 seg

	cuenta que no hacia lo correcto y busco ayudar para ser un mejor esposo.	
--	--	--

Anexo 4: Señal de ayuda



Anexo 5: Fotografías de entrevistas aplicadas

CS. ADRIÁN ANDRADE - TÉCNICO OPERATIVO DINAPEN



MARCOS FLORES – FISCAL PROVINCIAL



FRANCISCO SÁNCHEZ - SOCIÓLOGO



JOSIAS TENESACA - PSICÓLOGO



TOMA DE FOTOGRAFÍAS PARA PRODUCTOS COMUNICACIONALES

