

**UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA  
ESCUELA DE DISEÑO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA  
DISEÑO MULTIMEDIA**



**UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ**  
*Universidad del Estado*

**DISEÑO DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO  
PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

**Informe de investigación para  
optar al título de  
Diseñadora Comunicacional  
Multimedia**

**Alumnas:**

Jasmin Aimee Condorcett Montero  
Viviana Andrea Jofré Herrera

**Informe de investigación para  
optar al título de  
Diseñador Comunicacional  
Multimedia**

**Alumnos:**

Nicolás Matías Le-blanc Troncoso  
Matías Ignacio Sartori Reyes

**Evaluadora Guía:**

Marina Vera Chamorro

**Arica-Chile  
2021**

## ÍNDICE GENERAL

Índice de figuras.....	iv
Resumen.....	vi
Abstract.....	vi
Introducción.....	1
<b>CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 Descripción y formulación del problema.....	2
1.2 Pregunta de investigación .....	3
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivos generales.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación.....	4
1.4.1 Estado del arte.....	5
1.4.2 Diagnóstico .....	5
1.4.3 Conclusión .....	9
1.4.4 Limitaciones .....	9
1.4.5 Proyecciones.....	10
<b>CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
2.1 Antecedentes teóricos .....	11
2.1.1 La violencia de género.....	11
2.1.1.1 Su concepción .....	11
2.1.1.2 Tipos de violencia .....	12
2.1.1.3 Construcción social de la violencia.....	14
2.1.1.4 Educación y prevención .....	14
2.1.2 Las campañas comunicacionales .....	15
2.1.2.1 Definición de las campañas .....	15
2.1.3 Técnicas multimediales de creación de campañas comunicacionales.....	15
2.1.3.1 La animación .....	15
2.1.3.2 Motion graphics .....	15
2.1.4 Piezas gráficas de comunicación .....	16
2.1.4.1 Afiches .....	16
2.1.4.2 Infografías .....	16
2.1.5 Elementos gráficos presentes en las campañas comunicacionales .....	16
2.1.5.1 La imagen y el texto .....	16
2.1.5.2 La tipografía .....	17
2.1.5.3 El color .....	17
2.1.5.4 La retícula .....	17
2.2. Antecedentes gráficos.....	18
2.2.1 Animación técnica motion graphics (internacional).....	18
2.2.2 Diseño técnica infografía (global).....	18

2.2.3 Paleta de colores .....	19
2.2.4 Estilo tipográfico .....	19
2.2.5 Estilo de ilustración.....	20
CAPITULO III:METODOLOGÍA .....	21
3.1 Empatizar .....	21
3.2 Definir.....	22
3.3 Idear .....	22
3.4 Prototipar.....	22
3.5 Testeo.....	22
CAPITULO IV:DESARROLLO DEL PRODUCTO .....	23
4.1 Empatizar.....	23
4.2 Definir.....	24
4.3 Idear .....	25
4.4 Prototipar.....	33
4.5 Testeo.....	34
4.6 Validación con experto.....	38
CONCLUSIÓN .....	40
REFERENCIAS .....	41
LINK PRODUCTO.....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagnóstico, pregunta n°3 ¿Alguna vez has sufrido violencia de género?.....	6
Figura 2: Diagnóstico, pregunta n°4 Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿Qué tipo de violencia fue ejercida?.....	6
Figura 3: Diagnóstico, pregunta n°5 ¿Has estado presente en algún caso de violencia de género?.....	7
Figura 4: Diagnóstico, pregunta n°7 ¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social universitario?.....	7
Figura 5: Diagnóstico, pregunta n°8 Si tu respuesta anterior fue si, ¿Quién fue el causante?.....	8
Figura 6: Diagnóstico, pregunta n°9 ¿Crees que hace falta difusión sobre la violencia de género en la Universidad de Tarapacá?.....	8
Figura 7: Diagnóstico, pregunta n°10 ¿Qué red social crees que es más factible para generar la difusión de una campaña Comunicacional?.....	9
Figura 8: Tipos de violencia 01.....	12
Figura 9: Tipos de violencia 02.....	13
Figura 10: Motiongraphic Domestic Abuse.....	18
Figura 11: Motiongraphic Tipos de violencia de género: violencia sexual.....	18
Figura 12: Motiongraphic Trabalho Sem Assédio Sexual.....	18
Figura 13: Infografía ¿Qué es un femicidio?.....	18
Figura 14: infografía La violencia contra las mujeres en números.....	18
Figura 15: Video animado Sunshine. No confundir amor con abuso.....	19
Figura 16: Afiche la pandemia en la sombra .....	19
Figura 17: Afiche No estás exagerando.....	19
Figura 18: Afiche ilustrado No más violencia contra las mujeres.....	19
Figura 19: Motiongraphic Violencia de género online.....	20
Figura 20: Motiongraphic Violencia de género.....	20
Figura 21: Mapa de Empatía para campaña comunicacional.....	21
Figura 22: StoryBoard parte 01.....	25
Figura 23: StoryBoard parte 02.....	26
Figura 24: StoryBoard parte 03.....	26
Figura 25: Boceto cara base.....	27
Figura 26: Diseño personaje 01.....	27
Figura 27: Diseño personajes 02.....	27
Figura 28: Diseño personajes 03.....	27
Figura 29: Diseño personajes 04.....	27
Figura 30: Diseño personajes 05.....	27
Figura 31: Diseño personajes 06.....	27
Figura 32: Diseño personajes 07.....	27
Figura 33: Diseño personajes 08.....	27

Figura 34: Diseño personajes 09.....	28
Figura 35: Diseño personajes 10.....	28
Figura 36: Diseño personajes 11.....	28
Figura 37: Diseño personajes 12.....	28
Figura 38: Diseño personajes 13.....	28
Figura 39: Guion técnico parte 1.....	30
Figura 40: Guion técnico parte 2.....	31
Figura 41: Guion técnico parte 3.....	32
Figura 42: Edición en After Effects.....	33
Figura 43: Edición de voz en Adobe Audition.....	33
Figura 44: Montaje en Adobe Premiere.....	34
Figura 45 :Encuesta realizada a estudiantes 1.....	35
Figura 46 :Encuesta realizada a estudiantes 2.....	35
Figura 47 :Encuesta realizada a estudiantes 3.....	35
Figura 48 :Encuesta realizada a estudiantes 4.....	36
Figura 49 :Encuesta realizada a estudiantes 5.....	36
Figura 50 :Encuesta realizada a estudiantes 6.....	36
Figura 51 :Encuesta realizada a estudiantes 7.....	37
Figura 52 :Encuesta realizada a estudiantes 8.....	37
Figura 53: Encuesta realizada a estudiantes 9.....	37

## RESUMEN

La violencia de género es un problema social que afecta mayoritariamente a las mujeres. Estudiar este fenómeno es relevante en el ámbito universitario para dar cuenta de su existencia y magnitud. Esta investigación expone los resultados de un estudio descriptivo, de tipo mixto, cuyo objetivo fue crear una campaña comunicacional enfocada en visibilizar y concientizar sobre este problema en las y los estudiantes de la Universidad de Tarapacá. Para ello, se aplicó la metodología de "Design Thinking", para diseñar un producto multimedial con la técnica Motion Graphic, cuya finalidad fue difundir las percepciones de las y los estudiantes sobre violencia de género en espacios universitarios. Como conclusión se plantea que los productos multimediales pueden difundir como mayor eficacia comunicativa el problema abordado, ya que la combinación imagen, texto y sonido permiten transmitir mejor los mensajes

**Palabras Clave: Violencia - Género – Campaña comunicacional – Design Thinking - Motion Graphics**

## ABSTRACT

Gender violence is a social problem that mainly affects women. Studying this phenomenon is relevant in the university environment, to account for its existence and magnitude. This research, presents the results of a descriptive study of a mixed type, whose objective was to create a communication campaign focused on making visible and raising awareness about this problem among the students of the Universidad de Tarapacá. For this, the methodology of "Design Thinking", was applied to design a multimedia product with the Motion Graphic technique, whose purpose was to disseminate the perceptions of students about gender violence in university spaces. As a conclusion, it is proposed that multimedia products can disseminate the problem addressed with greater communicative effectiveness, since the image combination, text and sound allows for better transmission of messages.

**Keywords: Violence - Gender - Communication campaign - Design Thinking - Motion Graphics**

## INTRODUCCIÓN

En Chile, al interior de los planteles universitarios, se han elaborado distintos diagnósticos sobre las relaciones de género y de las distintas expresiones de violencia. Sumado a ello, han aumentado las denuncias por acoso sexual y discriminación de género al interior de las universidades.

Al respecto, Garcés (2020) señala que “La preocupación reciente de las universidades respecto a la discriminación y violencia por razones de género ha llevado a la formulación de diferentes programas y políticas orientadas a atender esta situación y promover cambios al interior de las instituciones de educación superior.”(p.60)

La existencia de violencia de género dentro de la universidad es una realidad muy alarmante, incluso hoy este problema persiste y está tan arraigado en la sociedad que resulta relevante, en general, visibilizarlo a través de nuevas estrategias comunicacionales que permitan erradicar la estigmatización. Debido a ello, es primordial difundir este problema por nuevos canales de difusión lo cual es imprescindible para la visibilización de la violencia en la sociedad, es por ello que la presente investigación tiene como finalidad recurrir a nuevas plataformas para que los receptores reflexionen sobre esta problemática

Considerando lo anteriormente nombrado, sumado a la relevancia y frecuencia de uso de las redes sociales dentro de nuestra sociedad actual. Dentro del presente escrito se propone una solución a la problemática planteada, en este caso, el desarrollo de una campaña comunicacional con el fin de proyectar mediante datos cuantitativos la cantidad de afectados por violencia de género en la comunidad estudiantil de la Universidad de Tarapacá.

El producto de la investigación se estructuró en cinco capítulos. El capítulo uno expone los antecedentes generales que enmarcaron el estudio, en conjunto con un breve estado del arte, el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación y diagnóstico del problema. El capítulo dos contiene el marco conceptual donde se presentan los principales conceptos y enfoques teóricos utilizados en el estudio: género, violencia de género, campaña comunicacional, *motion graphics* y los antecedentes gráficos para construir la campaña comunicacional. El capítulo tres contiene la metodología de diseño y sus etapas. El capítulo cuatro, la aplicación de la metodología de diseño la elaboración de la campaña comunicacional. Por último, el capítulo cinco expone las conclusiones y reflexiones finales del estudio.

## CAPITULO I: Planteamiento del problema

### 1.1. Descripción y Formulación del problema

La violencia de género es uno de los grandes problemas que ha prevalecido en nuestro entorno sin disminuir su impacto en el género femenino, puesto que esta no solo abarca lo que es la violencia física y psicológica, sino que también la violencia tecnológica, puesto que como plantea Mechó (2017) con el avance tecnológico que ha habido durante todos estos años la violencia de género se ha expandido de forma evolutiva provocando que se creen nuevas formas de violencia donde el más afectado sigue siendo el género femenino.

La definición de violencia de género ha llevado a diversas discusiones sobre este concepto, pero ¿A qué se le denomina realmente violencia de género? “La violencia de género es un problema social que está presente en la sociedad y afecta a todos los sectores de la población, incluida la población joven o adolescente”. (Gallardo José & Gallardo Pedro, 2019, p.32)

Este problema está tan arraigado en la sociedad ya que, aún existe cierta estigmatización por sobre la violencia y al momento de su denuncia por lo que las personas que llegan a sufrir o verse presentes en una situación como esta no sabe bien a quien acudir ya que existen ciertas burlas o poca seriedad al momento de hablar de dicho tema.

Al momento de hablar de violencia de género se tiende a generar confusión debido a que, pudiera entenderse como la violencia ejercida hacia ambos sexos, es un término acuñado en base a la violencia contra las mujeres. Dicha violencia se crea a partir de diversas agresiones hacia las mujeres solo por el hecho de ser mujeres lo que denota los presupuestos patriarcales de entender la sociedad, los géneros y los roles asociados a ellos, incluidos las jerarquías.

Ya teniendo en cuenta lo que es la violencia de género, debemos conocer el hecho del porque este tipo de violencia sigue siendo internalizada en la comunidad, ya que vivimos en una sociedad machista, aunque en estos últimos años el discurso social ha cambiado con las nuevas generaciones.

La normalización crece cada día y a medida que pasan los años encontrando estas situaciones tan cotidianas siendo imperceptible a los ojos de la sociedad que ya está acostumbrada a dichas situaciones presentes en el día a día lo cual es denominado micro machismo generando a la vista de la sociedad cierta inferioridad de las mujeres en cuanto a los hombres. Según Guzmán (2016), el género es una construcción social que las sociedades han ido creando a lo largo del tiempo desarrollando en torno a este concepto una serie de marcos, regulaciones, ideas, estilos comportamientos y estereotipos que han servido para definir a hombres y mujeres y determinan de forma distinta la manera en que deben actuar y comportarse. Es evidente que los papeles asignados a hombres y mujeres según el género que se les ha establecido, han creado



importantes desigualdades y definidas situaciones que marginan a la mujer a favor del hombre. (p.49)

Las víctimas que sufren violencia de género no todas logran realizar denuncias debido a que se aterrorizan por sus victimarios, los cuales, las intimidan en base a amenazas, agresiones físicas como también podría ser psicológicas por lo que prefieren no denunciar por miedo. Según Guzmán (2016), los malos tratos llevados a cabo por motivaciones de violencia de género se prolongan en el tiempo y van atravesando fases hasta que pueden llegar a la muerte de la mujer a la que se va dominando y debilitando en todos los aspectos de su vida en muchas ocasiones, las mujeres sometidas a este maltrato se sienten culpables o piensan que conseguirán cambiar al agresor, cosa que no sucede, aumentando, aún más la frustración y la desesperación de la víctima. La existencia de hijos e hijas es un factor más para perpetuar la relación por miedo a perderlos o que queden bajo la custodia del padre maltratador. (p.65)

En la actualidad es primordial dar énfasis a estos problemas por nuevos canales de difusión lo cual es imprescindible para la visibilización de la violencia en la sociedad, es por ello que la presente investigación tiene como finalidad recurrir a nuevas plataformas para que los receptores reflexionen sobre esta problemática.

Con nuevas plataformas nos referimos a todo medio digital en el cual la información se viraliza en cuestión de segundos, por lo que se debe tener un buen manejo de los medios audiovisuales y comunicacionales, por consiguiente se propone crear una campaña comunicacional la cual contara con diversos recursos gráficos los cuales abordaran desde material audiovisual, motion graphic, piezas gráficas en general, nos ayudaran a generar un impacto de interés sobre el tema abordado.

Según lo expuesto y la necesidad de poder generar una sensibilización en lo que conlleva la violencia de género en la comunidad universitaria, se genera la siguiente pregunta de investigación.

## **1.2. Pregunta de Investigación**

¿Qué estrategia del diseño multimedia permite informar con eficacia comunicativa, sobre violencia de género entre las y los estudiantes de la Universidad de Tarapacá, para visibilizar esta problemática?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general**

- Diseñar una campaña comunicacional sobre violencia de género para estudiantes Universitarios.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar a través de una encuesta dirigida al alumnado de la Universidad de Tarapacá para obtener datos sobre la presencia de violencia de género.
- Identificar los medios a través de los cuales puede ser más efectivo realizar una campaña sobre la problemática referente a la violencia de género.
- Sistematizar la comunicación sobre las causas de la violencia de género, diseñando las piezas gráficas y multimedia que formaran parte de la campaña comunicacional.
- Validar la campaña comunicacional tanto ante los expertos como el público objetivo y así conocer la acogida el producto dentro de la comunidad universitaria.

### 1.4 Justificación

La utilidad que presenta el proyecto se deriva de la poca relevancia a nivel comunicacional existente sobre la violencia de género “Analizando la programación y contenidos de los Medios de Comunicación Social se puede observar que la violencia de género es considerada como un hecho sin mayor problema, de modo que la refuerzan constantemente” (Chirino Oneida, 2020, 77-78). La creación de una campaña comunicacional estructurada por un *Motion Graphics* informativo acompañado de numerosas piezas graficas de apoyo para su viralización, son un punto clave para la exposición de dicha problemática de manera correcta y clara hacia un público ignorante ante esta.

Por otra parte, la exposición de este proyecto se sostiene gracias a su relevancia de carácter social, visibilizando la problemática referente a la "violencia de género". Según un estudio realizado por la OCAC (“Encuesta nacional sobre el acoso sexual en Chile”, 2020) “son las mujeres quienes lo viven de mayor manera, pues un 64% de ellas ha sufrido por lo menos un tipo de acoso en el transcurso de su vida, en contraste al 25,7% de los hombres”. Debido a estas alarmantes cifras se expondrá la normalización y latencia existente en la comunidad universitaria.

El público objetivo, sin duda, en tiempos de transformación digital necesita de nuevas propuestas audiovisuales y multimediales, para visibilizar un problema. Sobre todo, porque la tecnología ayuda a comprender mejor los contenidos porque integra imagen, texto, sonido, movimiento.

### **1.4.1 Estado del Arte**

Dentro de la Universidad de Tarapacá, con el fin de promover e impulsar la creación de espacios educativos libres de actos que atenten contra la dignidad, igualdad y respeto de las personas que componen la comunidad universitaria, se creó el 2018 la Dirección de Equidad y Género.

Dentro de Dirección de Equidad de Género DEGEN, existe un protocolo de *Actos contra la dignidad de las persona*. Este informa sobre los pasos a seguir para tratar situaciones de riesgo referentes a violencia de género dentro de la comunidad universitaria. Sin embargo, el conocimiento sobre la existencia de este protocolo es casi nulo por parte del estudiantado.

Por otra parte, el tratamiento de la violencia de género no solo se limita a la creación de un protocolo. La organización de charlas y exposiciones es otro punto clave dentro del trabajo de concientización, sin olvidar, además, el lanzamiento de estudios y diagnósticos realizados dentro de la misma universidad de carácter triestamental, en las que pocos estudiantes participan.

Para finalizar con el trabajo en la universidad, el 15 de septiembre del año 2021 se anunció la publicación en el Diario Oficial la Ley N° 21.369, ley que busca regular el acoso sexual, discriminación y la violencia de género en la educación superior, a modo que “DEGEN” comenzó la planificación de actividades alusivas al cumplimiento de dicha Ley. La Dra Jara (2021) expone que:

La Ley 21.369 plantea la necesidad de abordar el acoso sexual, la violencia y la discriminación de género de una manera más integral, incorpora nuevas obligaciones para las universidades como reparar, prevenir y sancionar aquellas acciones que atenten contra la dignidad de las personas y que revistan un carácter sexual. Por lo que el desafío que hoy nos entrega la ley es fortalecer lo que hemos ido avanzando con el protocolo, pero de manera exhaustiva con el compromiso de toda la institución.

### **1.4.2 Diagnóstico del problema**

Con la finalidad de abordar con mayor precisión el problema. Se aplicó un diagnóstico con enfoque mixto a una muestra aleatoria de 45 estudiantes de la Universidad de Tarapacá, para identificar, primero, cuánto saben los estudiantes universitarios sobre violencia de género, segundo, si han sufrido o vivido violencia de género y, tercero, si, falta difusión sobre la violencia de género en la Universidad de Tarapacá. Para ello, se elaboró un cuestionario tipo Likert con preguntas cerradas y dos preguntas abiertas.

A continuación se presentan los resultados de las preguntas formuladas:

### **Diagnóstico, pregunta n°1 “¿Qué entiendes por violencia de género?”**

De un total de 45 personas se puede analizar que, existe una leve confusión en lo que respecta a la violencia de género, si bien, más del 50% de los encuestado tienen un manejo del tema como tal, entre estos mismos existe una minoría de personas a las que aún les falta pulir el entendimiento sobre que es en sí la violencia de género.

### **Diagnóstico, pregunta n°2 “¿Qué tipo de violencia de género conoces?”**

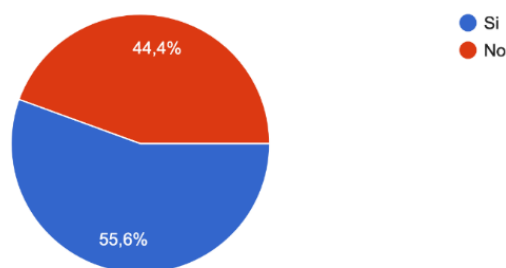
De un total de 45 personas se puede analizar que en paralelo a la pregunta anterior no existe tanto desconocimiento debido a que más del 50% de los encuestados pudo reconocer los tipos de violencia existentes.

### **Figura 1: Diagnóstico, pregunta n°3 “¿Alguna vez has sufrido violencia de género?”**

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnostico violencia de género en estudiantes de la UTA

3.-¿Alguna vez haz sufrido violencia de género?

45 respuestas



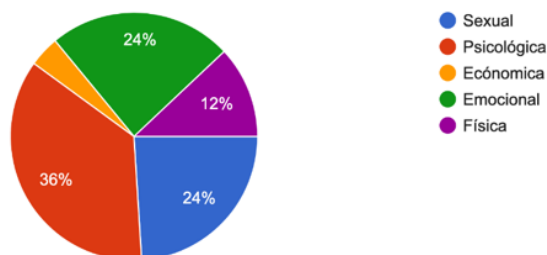
De un total de 45 personas, el 55,6% dice que han sufrido violencia de género. El otro 44,4% da a entender que no ha sufrido violencia.

### **Figura 2: Diagnóstico, pregunta n°4 “Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿Qué tipo de violencia fue ejercida?”**

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnostico violencia de género en estudiantes de la UTA

4.-Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿que tipo de violencia fue ejercida?

25 respuestas



De un total de 25 personas, el 36% dice que han sufrido violencia psicológica. Un 24% dice haber sufrido violencia emocional y sexual, un 12% ha sufrido violencia física

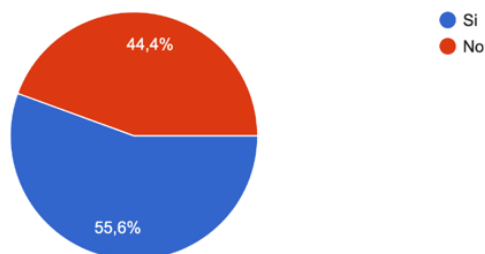
y el 4% ha sufrido violencia económica. Se concluye, que el más alto porcentaje dice haber sufrido violencia psicológica, con un 36%. De ello, se infiere que, en otro estudio, habría que identificar qué tipos de violencia psicológica han vivido tanto entre sus pares como en internet.

**Figura 3:** Diagnóstico, pregunta n°5 “¿Has estado presente en algún caso de violencia de género?”

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnóstico violencia de género en estudiantes de la UTA

5.-¿Haz estado presente en algún caso de violencia de género?

45 respuestas



De un total de 45 personas, el 55,6% de las personas encuestadas dicen a ver estados presentes un acto de violencia de género. Mientras un 44,4% dice no a ver presenciado nunca un acto de violencia de género.

**Diagnóstico, pregunta n°6 “Si tu respuesta anterior fue sí, ¿Cuál fue tu reacción ante tal hecho?”**

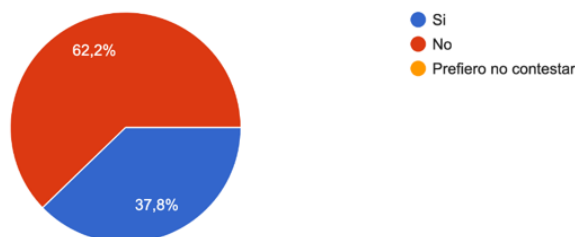
De un total de 22 personas, un 30% de los encuestados dicen actuar ante estos hechos, de manera que protegen a la víctima y le brindan su apoyo llamando a fonos de ayuda y carabineros, por otra parte, existe un 70% de personas, las cuales, por miedo deciden callar y no actuar frente a estas situaciones.

**Figura 4:** Diagnóstico, pregunta n°7 “¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social universitario?”

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnóstico violencia de género en estudiantes de la UTA

7.-¿Haz sufrido violencia de género dentro de tu círculo social universitario?

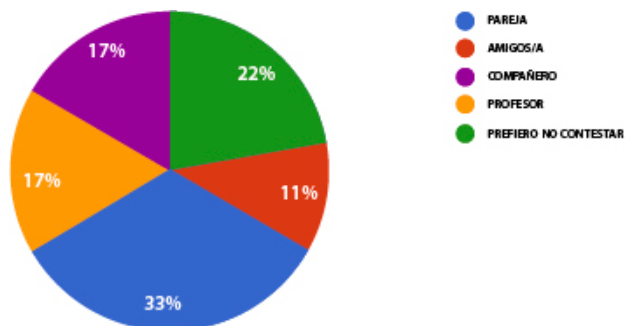
45 respuestas



De un total de 45 personas, el 62,2% de las personas encuestadas dicen no a ver sufrido violencia de género dentro de su círculo social universitario. Mientras un

porcentaje no menor de 37,8% dice a ver sufrido violencia de género dentro de su círculo social.

**Figura 5:** Diagnóstico, pregunta n°8 “Si tu respuesta anterior fue si, ¿Quién fue el causante? “  
Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnostico violencia de género en estudiantes de la UTA



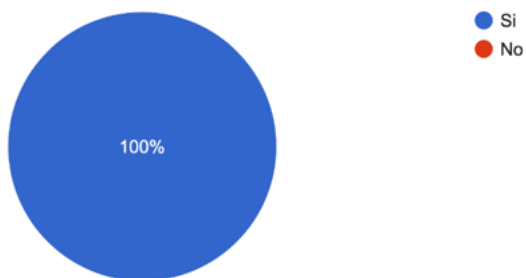
De un total de 18 personas, el 33% de las personas dicen haber sufrido violencia por parte de su pareja. Mientras un 17% dice a ver sufrido violencia de género por parte de sus compañeros, un 17% sufrieron violencia por parte de profesores y un 11% fueron violentados por amigos.

**Figura 6:** Diagnóstico, pregunta n°9 “¿Crees que hace falta difusión sobre la violencia de género en la universidad de Tarapacá?”

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnostico violencia de género en estudiantes de la UTA

9.-¿Crees que hace falta difusión sobre la violencia de género en la universidad de Tarapacá?

45 respuestas



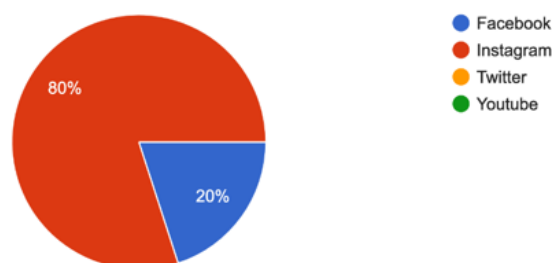
De un total de 45 personas, el 100% de las personas encuestadas opinan que falta difusión sobre la violencia de género en la Universidad de Tarapacá.

**Figura 7:** Diagnóstico, pregunta n°10 “¿Qué red social crees que es más factible para generar la difusión de una campaña Comunicacional?”

Fuente: Pantallazo Google Form, Diagnostico violencia de género en estudiantes de la UTA

10.- ¿Qué red social crees que es más factible para generar la difusión de una campaña comunicacional?

45 respuestas



De un total de 45 personas, el 80% opinan que es más factible usar Instagram para la difusión de una campaña comunicacional y un 20% de los encuestado opina que Facebook es una red social más factible para la difusión de una campaña comunicacional.

### 1.4.3 Conclusiones del diagnóstico

Este permitió identificar que existe una confusión con respecto a su concepto; ya que los encuestados tiende a asociar la violencia de género con el concepto de violencia. Asimismo, un número no menor de estudiantes universitarios ha vivido situaciones de violencia de género en la universidad ya sea por sus pares como por docentes. Resulta muy importante, señalar que, para efectos de estudio, en un 100% señala que hay insuficiente difusión informativa sobre violencia de género en la Universidad y para una mejor difusión, señalan en un 80% que Instagram es la herramienta más adecuada para generar una campaña comunicacional.

### 1.4.4 Limitaciones del Estudio

Debido a problemas derivados por la pandemia, se ha dificultado el hecho de poder trabajar de manera presencial, ralentizando muchas veces el avance por problemas de disponibilidad online.

Al desarrollar una campaña comunicacional dirigida a redes sociales, se presenta la limitación en cuanto al público alcanzado, si bien es de conocimiento común el hecho de que la mayoría de los estudiantes poseen internet y usan redes sociales no se puede asegurar que la totalidad de ellos puedan acceder al material.

El desarrollo de un *Motion Graphics* está estrictamente ligado al trabajo dentro del programa *Adobe After Effects* programa el cual presenta grandes requisitos de

rendimiento, requisitos que son difíciles de cumplir con el material personal del equipo, lo que ralentiza un poco el trabajo.

Al trabajar de manera independiente, la exposición del proyecto se limita básicamente al trabajo realizado de manera autónoma, lo cual limita de gran manera la llegada a un mayor público.

#### **1.4.5 Proyecciones**

Se espera que este proyecto audiovisual sea difundido mediante las redes sociales más usadas por los propios estudiantes de la Universidad de Tarapacá, canales de comunicación que según los diagnósticos realizados a los propios estudiantes de la institución se designaron como Facebook e Instagram, al mismo tiempo se espera realizar diversas piezas gráficas que complementen la difusión del proyecto realizado, estos pueden ser tanto afiches, como, infografías, entre otras gráficas.



## CAPITULO II: Marco Teórico

### 2.1 Antecedentes Teóricos

#### 2.1.1 La violencia de género

##### 2.1.1.1 Su concepción

La violencia de género es un hecho irrefutable que en la última década logró una gran visibilidad en la sociedad, pero la verdad es que esta violencia contra el género femenino proviene desde épocas inmemorables. Estamos hablando de un abuso que ha sido normalizado por los años gracias al amparo ideológico de una sociedad patriarcal, la cual, ya ha encontrado variadas formas de manifestarse en la sociedad, ya sea, en espacios públicos o privados, logrando que la violencia contra la mujer se vuelva invisible y habitual siendo parte de una normalidad no existente para el género femenino. Flores & Browne (2017).

Para hablar sobre la violencia de género es primordial entender estas palabras desde su concepción lo cual debemos preguntarnos ¿Qué es la violencia? “Se define la violencia como “la coacción física o psíquica ejercida sobre una persona para viciar su voluntad y obligarla a ejecutar un acto determinado”. (Expósito, 2011, como se citó en Gallardo José & Gallardo Pedro, 2019, p.33).

Por consiguiente, debemos formularnos ¿Qué es el género? Es “el conjunto de características anatómicas y fisiológicas que definen al ser humano como hombre o mujer. Por tanto, es algo que se nace con él, es universal y no es sinónimo de sexualidad”. (Gorguet, 2008, como se citó en Gallardo José & Gallardo Pedro, 2019, p.32).

¿Qué se entiende por violencia de género? Comúnmente esta definición se asocia a cualquier tipo de violencia dirigida hacia un individuo, sin embargo, el término se acuña en base a los distintos tipos de violencias ejercidos hacia la mujer.

Por esto, actualmente se entiende como violencia de género a todo daño que se cometa en contra de una persona de sexo femenino, ya sea mujeres o niñas-, como resultado de las desigualdades generadas producto de los roles de género establecidos y las relaciones jerárquicas que se dan entre hombres y mujeres, transversales a todas las culturas, religiones, países, estratos sociales, etnias y edades. (Onel, 2017, p.47)

### 2.1.1.2 Tipos de violencia

Para comprender que es la violencia de género debemos de analizar sus distintas variantes, además de tener siempre presente el hecho de que es un constructo social ya arraigado dentro de la sociedad desde hace generaciones.

Existen diversas formas de violentar, estas no solo se limitan a las de tipo física, sino que también contemplan el abuso psicológico, emocional y económico. Paralelamente gracias a los avances tecnológicos la violencia también se presenta en medios sociales.

Figura 8 Tipos de Violencia



Fuente: Elaboración propia 2021

En cuanto al desarrollo de nuevas tecnologías, estas se han vuelto un arma de doble filo puesto que, gracias a su mala utilización, se han convertido en herramientas dirigidas a violentar. Como expone Mechó (2017) Los TIC garantizan posibilidades educativas, formativas, lúdicas y laborales de manera digital, pero tenemos que tener en cuenta que su uso se vuelve peligroso debido a la falta de privacidad y los diversos tipos de acoso existentes, como puede ser el ciberacoso. Este se define como acoso de manera sostenida por parte del victimario por redes sociales cuyo componente más importante es lo afectivo.

Entendiendo qué es el ciber acoso y como el mal uso de las nuevas tecnologías pueden afectar a una persona, debemos tener en cuenta que se pueden clasificar como diversas formas de agredir de manera digital. La siguiente figura, señala los tipos de violencia de género digital.

**Figura 9** Tipos de Violencia digital



*Fuente: Elaboración propia 2021*

### **2.1.1.3 Construcción social de la violencia**

Debemos enfatizar que a lo largo de la historia de la humanidad hasta en tiempos actuales, la mujer en la sociedad se tiende a referenciarse con las labores del hogar, apartándola a un espacio privado y alejarla de lo que ocurre en los espacios públicos, si consideramos lo expuesto por Onel (2017) en la antigua Grecia las mujeres no eran tomadas en cuenta como ciudadanas y hace unos años atrás no se les permitía el simple hecho de votar, es entendible la razón de considerarla como algo menos humano que los hombres, debido a que de allí nacen las ideas actuales de lo que se conoce como el orden social y político (pp.18).

Dentro de la sociedad siempre se han normalizado diversos factores referentes a la violencia de género, factores que están presentes diariamente y que son fácilmente reconocibles, lo es el sexismo dentro de medios sociales masivos, como a su vez la normalización de “bromas” con alto contenido sexista y misógino. Todo esto se debe a los estándares patriarcales implantados, a los cuales están sujetos las mujeres. Estándares o roles establecidos a muy corta edad, que generan la brecha y desigualdad entre géneros.

### **2.1.1.4 Educación y prevención**

La educación, es un factor primordial en el desarrollo cultural, social y moralista de la población juvenil, puesto que con una buena educación se logra cultivar una sociedad más sana e igualitaria, ya que como señalan Gallardo & Gallardo (2019) las instituciones educativas son fundamentales para sensibilizar y educar a los jóvenes sobre cómo prevenir la violencia de género a través de una educación en igualdad de género. Los autores plantean la eficacia de los proyectos transversales y una perspectiva sistémica con la cooperación entre la familia y la escuela, para la prevención de violencia de género.

La principal medida para la prevención de la violencia de género es la coeducación, pero partiendo desde el diseño adecuado del currículo educativo, apoyado directamente por una organización del centro, trabajando desde proyectos transversales y con una perspectiva sistémica de la problemática. Creemos firmemente que contenidos como educación para la ciudadanía y los derechos humanos, y educación ética-cívica deben estar totalmente integrados. Además, es fundamental una adecuada y constante formación docente y la cooperación coordinada entre la familia y la escuela. (Gallardo & Gallardo, 2019, p.36)

## **2.1.2 Las campañas comunicacionales**

### **2.1.2.1 Definición de las campañas**

Una campaña comunicacional corresponde al uso de múltiples estrategias y acciones que tienen como finalidad, promocionar y gestionar la relación entre públicos de relevancia, ya sea para una persona, empresa, evento, servicio, producto o institución.

Chamorro (2020) define dicha herramienta comunicacional como un vínculo de transformación inmerso en un espacio sociocultural o dentro de una determinada organización, en donde se utilizan estas “estrategias” para obtener resultados positivos y a su vez lograr generar oportunidades que fortalezcan el posicionamiento y relación de un grupo determinado.

## **2.1.3 Técnicas multimediales de creación de campañas comunicacionales**

### **2.1.3.1 La animación**

En la actualidad la animación la encontramos en diferentes plataformas de stream , ya sea en la televisión, cines, dispositivos móviles , entre otro, pero ¿ Qué es la animación? Según García, 2017 esta se clasifica en animación bidimensional y tridimensional tanto analógica como digital

La animación es netamente el hecho de dotar de vida, ya sea a un objeto, una persona o cualquier cosa que nos ocurra, podemos catalogar esto en dos grupos de acuerdo a sus técnicas, las cuales corresponden a animación bidimensional y la animación tridimensional ya sea análoga o digital.

En síntesis, la animación es una correlación de imágenes que logran generar un efecto de movimiento , sin embargo , cabe destacar que la animación es mucho más que eso , es la capacidad de un animador 3d, 2d, stop motion , motion graphic( da igual la técnica que este utilice) para dar alma y vida a un personaje.

### **2.1.3.2 Motion Graphic**

En cuanto al origen de esta técnica, lo que expone Valdivieso (2016) dice que es una herramienta que se utiliza antes de la llegada de la tecnología, encasillándose en cierta parte de la historia de lo que fue la animación.

Pero, ¿Qué se entiende por Motion Graphic?, debido que en el último tiempo a sido una herramienta bastante utilizada en la era digital, se debe comprender que es un producto audiovisual el cual se basa en entregar información de manera eficaz y de manera dinámica, por medio de elementos gráficos.

Los Motion Graphics se componen de imágenes y textos en movimiento que, acompañados de una música, sirven para comunicar un mensaje lleno de

dinamismo. Tienen una forma muy eficiente de transmitirlo, ya que en la mayoría de ocasiones una voz en off refuerza lo que muestran las imágenes, informando con mucha claridad ambas fuentes en sincronía. (Valdivieso, 2016, p.105)

## **2.1.4 Piezas graficas de comunicación**

### **2.1.4.1 Afiches**

En primer lugar, para comprender lo que es el afiche debemos conocer cuál es su concepción etimológica, que según lo relatado en Vico (2017) responde al termino afiche cuyo concepto procede del verbo francés *afficher* que puede traducirse como “pegar o “fijar”. “El afiche es un cartel, hecho en papel, ya sea que esté manuscrito o impreso, con dibujos y/o palabras, aunque se sugiere que las palabras sean pocas, y más las ilustraciones, para provocar mayor impacto visual.”( DeConceptos.com, s.f).

En general, el afiche cumple un rol publicitario que promete difundir un mensaje de forma visualmente atractiva para poder atraer al público objetivo y así convencer al receptor de adquirir el producto o servicio a ofrecer.

### **2.1.4.2 Infografías**

Una infografía corresponde a una representación gráfica la cual se encarga de respaldar información específica y traducirla de manera tal que esta pueda ser comprendida y consumida de manera sencilla y entendible. Las infografías pueden convertirse en el punto angular para el éxito dentro de nuestra estrategia de marketing. Como expone Alba (2019), una infografía es una herramienta de la comunicación visual la cual ayuda a resumir, representar y explicar un tema u información determinada de un sector, las cuales pueden ser mezcladas con imágenes sencillas de comprender, las cuales se complementan con textos cortos para lograr transmitir dicha información de manera visual y dinámica.

## **2.1.5 Elementos gráficos presentes en las campañas comunicacionales**

### **2.1.5.1 La imagen y el Texto**

Para comprender bien el lenguaje de la comunicación debemos tener en cuenta, que cualquier mensaje comunicativo está compuesto por elementos claves para su comprensión como lo es la imagen y el texto.

Como se menciona en Sánchez (2020) podemos decir que mantenemos la postura de Costa (2012), puesto que menciona que la imagen puede utilizarse como un lenguaje de demostración y de representación, debido a que las imágenes sirven como estimulantes de sentidos. Por consiguiente, menciona que el texto se posiciona en un sector más bien de argumentación y de discurso, por lo que, al momento de fusionar ambos elementos pueden surgir un intercambio en donde se observe que cada elemento del lenguaje complementa cierto dinamismo a la comunicación visual.

### **2.1.5.2 La tipografía**

La tipografía ha sido utilizada para estilizar los textos desde eras remotas, por consiguiente se ha convertido en una herramienta fundamental en el diseño y escritura, obteniendo variaciones y estilos.

Como se cita en Sánchez (2020) acorde a lo que menciona Joan Costa (2010) podemos decir que la comunicación visual, se ha destacado por la necesidad de la coordinación de un texto literal, dando riendas sueltas a las limitaciones que tiene una imagen. En si la tipografía se puede seleccionar como una variable de la comunicación escrita textual, ya que al escoger un estilo de tipografía logra condicionar la lectura, además de conjugarse a un campo semiótico e histórico.

### **2.1.5.3 El color**

El color es un punto bastante primordial al momento de diseñar puesto que si nos basamos en su teoría cada tonalidad encontrada en la rueda cromática tiene un significado propio que ayuda a darle identidad a la imagen manteniendo el significado de lo que queremos transmitir.

Lo mencionado anteriormente simplemente es nuestra percepción sobre este tema, pero ¿qué es realmente el color? “Se define al color como una experiencia sensorial causada por la representación visual de la energía luminosa, cuyas cualidades térmicas permiten percibir sinestesias y dinamismos en la imagen.” (Villafañe, 2000, como se citó en Sánchez, 2020, p.57).

### **2.5.4 La retícula**

Las retículas en el área de la publicidad y el diseño son una herramienta fundamental debido a su nivel de organización y jerarquización de los elementos presentes en la creación de piezas gráficas, ya que esto se ve presente en cualquier tipo de proyecto ya sea desde la creación más simple hasta la más compleja. Una retícula “se define como una herramienta de formalización que determina las divisiones internas de la página, influyendo directamente en la ubicación y distribución de imágenes y textos.” (Haslam, 2007, como se citó en Sánchez, 2020, p.60)

Se debe entender que existen diversas formas de organización dentro de la retícula ya que esto queda a la creatividad del profesional, para poder llevar a cabo una buena realización, hay que entender que las retículas cuentan con elementos internos que generan una mayor composición en el lienzo, dichos elementos se conocen como, márgenes, proporciones de área útil, cantidad y longitud de columna y la anchura de los medianiles.

## 2.2 Antecedentes Gráficos

### 2.2.1 Animación técnica *motion graphic* (internacional)

Para poder desarrollar nuestro producto multimedial se buscó gran diversidad de referencias en *motion graphics*, de las cuales 3 referencias fueron las que destacaron, puesto que nos ayudaron a definir como se visualizarían tanto los textos como iconografía.



### 2.2.2 Diseño técnica infografía (global)

Para el desarrollo de infografías, se consideró como referencia la idea gráfica del *flat design*, debido a su composición simple y fácil reconocimiento de los personajes ilustrados.





### 2.2.3 Paleta de colores

Para la paleta de color pudimos ver la variación de colores cálidos que predominan y los fríos para complementar, basándonos en esta observación los colores que seleccionamos serían los siguientes:



21204C = azul marino

FF4378 = rosa

6197CE = celeste

F36F94 = rosa claro



### 2.2.4 Estilo tipográfico

Una vez analizadas las diferentes tipografías que son utilizados en las referencias seleccionadas llegamos a *Poppins* la tipografía escogida para los diferentes productos visuales a realizar, variando entre las diferentes familias que ofrece *Poppins*.



## 2.2.5 Estilos de ilustración

En cuanto a la ilustración se decidió optar por un estilo más minimalista en los diferentes personajes a desarrollar.

**Figura 19**

*Motiongraphic Violencia de género online*



Fuente: Celeste canos. (2019). Motion graphic Violencia de género online. [Archivo de video]. Extraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=ychut3kNlms>

**Figura 20**

*Motiongraphic Violencia de género*



Fuente: Loida Leslie. (2020). Motion graphic "Violencia de género". [Archivo de video]. Extraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=yORdGdXdqU>

## CAPITULO III: METODOLOGÍA

Este proyecto surge con la finalidad de difundir una problemática que se encuentra presente en la Universidad de Tarapacá *la violencia de género ejercida contra los estudiantes de la institución*. Para lograr su difusión, se debe seleccionar una metodología de diseño, para crear la campaña comunicacional como producto multimedial.

El pensamiento de diseño o mayormente conocido como *DESIGN THINKING* es una metodología que según Amador & Vargas (2014) se define como un proceso el cual desarrolla una solución práctica la cual resuelve problemas de manera creativa y logra tener una eficacia gracias a la empatía con el usuario, la creatividad para el desarrollo del producto y su sensibilidad para la ideación de dicho producto. En grandes rasgos la metodología se subdivide en algunos pasos prácticos para su desarrollo, los cuales son: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testeo.

### 3.1 Empatizar

Es considerada la fase esencial de esta metodología y se ocupa del descubrimiento y entendimiento de las principales necesidades del consumidor. Este proceso empático se enfoca en analizar profundamente al cliente, comprendiendo sus verdaderas motivaciones y haciéndolas propias. Para llevar a cabo esta exploración, no basta con observar a los usuarios, sino que también es necesario interactuar con ellos.

**Figura 21** Mapa de Empatía para campaña comunicacional



Fuente: Elaboración propia 2021

### **3.2 Definir**

En esta etapa de la metodología se debe definir con exactitud el problema que se desea visibilizar. Para lo cual se puede utilizar la pregunta ¿Por qué sucede?, ya que de esta manera se puede iniciar una problemática X. Pero luego de esta pregunta surgirá una nueva interrogante que es ¿Por qué sucede X?, cuestionando de esta forma se puede llegar a la fuente de la problemática inicial.(Amador & Vargas, 2014)

### **3.3 Idear:**

En esta etapa se debe definir una idea única a desarrollar, para esto se utiliza la técnica de brainstorming, anteriormente mencionada, ninguna idea queda por fuera, y entre mayor cantidad de ideas existan es mejor. (Amador & Vargas, 2014)

### **3.4 Prototipar**

En esta fase la idea es que a través del prototipado se produzca un proceso de “prueba y error”, el mismo puede durar desde algunas horas hasta un par de días. Esto permite desechar o modificar los desarrollos de la idea implementada. (Amador & Vargas, 2014)

### **3.5 Testeo**

Finalmente, basándonos en Brown (2008) y Amador & Vargas (2014), diremos que en la fase de testeo los clientes prueban y evalúan los prototipos elaborados anteriormente. De acuerdo a las críticas de los consumidores, el equipo de trabajo podrá hacer correcciones en los prototipos. Esta etapa empírica de validación es crucial para descubrir errores y aciertos.

## CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL PRODUCTO

### 4.1 Empatizar

La etapa de empatizar, como ya se explicó en el capítulo 3, requiere de un proceso que permita conocer a nuestro público objetivo, su entorno y problemáticas o necesidades. Es así que cuando entramos en el proceso de empatizar debemos entender que sienten, ven y comprenden nuestros públicos, además de interiorizarnos en sus experiencias.

En otras palabras, es necesario comprender el segmento de público para el cual se trabajará una solución. Al respecto observamos en ellos y su entorno, la forma de enfrentar o comprender el tema de la violencia de género, como una problemática recurrente en la Universidad de Tarapacá, que es nuestro contexto de actuación. Asimismo buscamos algunos datos cuantitativos que den cuenta de la frecuencia de esta problemática en la Universidad de Tarapacá. Con este fin se aplicó una encuesta, que permite, posteriormente, la elaboración del mapa de empatía.

Las preguntas contempladas en el cuestionario fueron:

1. ¿Qué entiendes por violencia de género?
2. ¿Qué tipo de violencia de género conoces?
3. ¿Alguna vez ha sufrido violencia de género?
4. Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿qué tipo de violencia fue ejercida?
5. ¿Ha estado presente en algún caso de violencia de género?
6. Si tu respuesta anterior fue si, ¿Cuál fue tu reacción ante tal hecho?
7. ¿Haz sufrido violencia de género dentro de tu círculo social universitario?
8. Si tu respuesta anterior fue si, ¿Quién fue el causante?
9. ¿Crees que hace falta difusión sobre la violencia de género en la universidad de Tarapacá?
10. ¿Conoces campañas de concientización sobre la violencia de género?
11. ¿Qué red social crees que es más factible para generar la difusión de una campaña comunicacional sobre la violencia de género?
12. ¿Qué red social crees que es más factible para generar la difusión de una campaña Comunicacional?

En base a la encuesta anteriormente desarrollada, se concluye que gran parte del alumnado aún se encuentra en proceso de comprender sobre cuál es el verdadero significado de la violencia de género, si bien, el concepto violencia suele confundir a la sociedad el termino violencia de género se define, según la ONU Mujeres como “*actos dañinos dirigidos contra una persona o un grupo de personas en razón de su género*”. (p. 2)

Por otro lado, también se pudo analizar que más del 50% de los alumnos que fueron encuestados han sufrido algún episodio de violencia de género en cualquiera de sus variantes, es decir, psicológica, física, emocional, económica y/o sexual. En su gran mayoría, las víctimas destacan que su agresor resultó ser su pareja, no obstante, entre los datos otorgados en la encuesta , también se acusa como victimario a amigos, compañeros de clases e incluso profesores, dicho aspecto causa un gran desconcierto en la comunidad estudiantil, puesto que, como estudiantes la menor preocupación que

## 4.2 Definir

En este paso se plantea la problemática y cómo llegar a una solución. Como se menciona en el planteamiento del capítulo 1, la violencia de género es un hecho que se encuentra bastante arraigado en la sociedad chilena como en el mundo. El generar conciencia sobre la violencia de género es bastante complejo puesto que muchas de las prácticas que se intentan abolir se consideran una exageración ya que se encuentran interiorizadas en la sociedad patriarcal que aún persiste.

Según, el diagnóstico del problema en un porcentaje no menor, los estudiantes de la Universidad de Tarapacá han sido víctimas de violencia de género Debido a este aspecto, es como surge nuestra pregunta problema. ¿De qué manera es posible informar sobre la violencia de género entre el alumnado de la Universidad de Tarapacá, para concientizar sobre esta problemática, utilizando las estrategias del diseño multimedial?

Si nos ponemos a analizar, en la actualidad nos encontramos en una era donde la tecnología , las redes sociales y el área audiovisual son un punto clave como medio de difusión para generar un gran impacto en los jóvenes. De hecho, en la actualidad se está en una era donde la tecnología, las redes sociales y el área audiovisual son un punto clave como medio de difusión para generar un gran impacto en los jóvenes, dado que los jóvenes no solo consumen las plataformas, youtube, redes sociales sino que también crean contenidos y reaccionan ante ellos. (Calvo, como se citó en López, 2019)



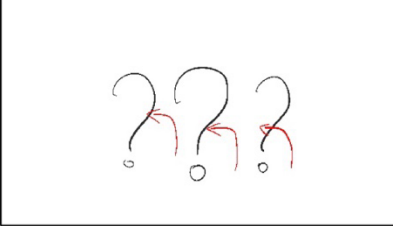
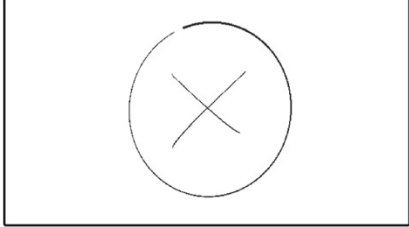

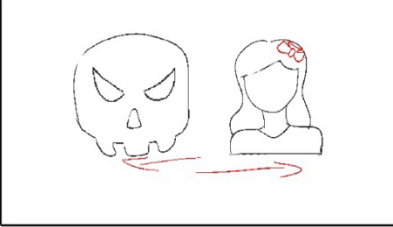
Según, lo anterior resulta relevante diseñar una campaña comunicacional cuyo objetivo principal sea generar conciencia dentro del alumnado de la universidad.

Para lograr este objetivo, se determinó el desarrollo de un *motion graphics*, debido a lo didáctico que resulta ser al momento de transmitir un mensaje, además, su elaboración resulta ser atractiva visualmente para captar la atención del alumnado de la Universidad de Tarapacá.

### 4.3 Idear

Ya encontrados en este punto del proyecto es cuando comenzamos replantearnos ¿Cómo queremos que se vea nuestro producto final? Para lograr llevar acabo de forma amena este proceso, se realizó una exhaustiva búsqueda de referentes gráficos acordes a la temática en la que nos estamos enfocando, estos referentes iban enfocados al ritmo de la edición del *motion graphics*, el estilo de ilustración que queríamos lograr, los tipos de familias tipográficas aceptadas que nos permitieran generar de forma correcta el mensaje que queríamos lograr.

Una vez ya teniendo una idea más clara de lo que se quería graficar, se comenzó a realizar la creación de los personajes, la que se basó en la línea grafica *flat design* debido a su simplicidad al momento de reproducir un mensaje

Escena:1	Escena:2	Escena: 2
		
Los diferentes personajes aparecen de diferentes direcciones	Vector de universidad aparece en animacion	3 signo de duras aparecen y se levantan
Escena:2	Escena:3	Escena: 3
		
Aparece X y sale girando	Animacion mirando a ambos lados	Aparece mujer y se representa una niña con el moño

**Figura 22** StoryBoard parte 01  
Fuente: *Elaboración propia 2021*

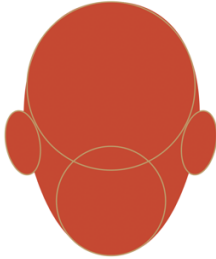


<b>Escena:3</b>	<b>Escena: 3</b>	<b>Escena: 3</b>
aparece X y sale girando	animacion mirando a ambos lados	aparece mujer y se representa una niña con el moño
<b>Escena:4</b>	<b>Escena: 4</b>	<b>Escena: 4</b>
¿Existe violencia de genero dentro de la Universidad de torapaca? 		
Aparece personajes y se plantea la pregunta	animacion de contruccion de icono	Animacion de movimiento en ambos iconos




**Figura 23** StoryBoard parte 02  
Fuente: Elaboración propia 2021




<b>Escena:5</b>	<b>Escena: 6</b>	<b>Escena: 7</b>
¿Has sido violencia de genero? 	¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social en la universidad? 	¿Que tipo de violencia de genero sufriste? 
Plantamiento de la pregunta y animacion de grafico con los resultados	Plantamiento de la pregunta y animacion de grafico con los resultados	Plantamiento de la pregunta y animacion de grafico con los resultados
<b>Escena:8</b>	<b>Escena: 9</b>	
¿Quién fue el causante de dicha violencia? 		
Plantamiento de la pregunta y animacion de grafico con los resultados	animacion del hashtag	


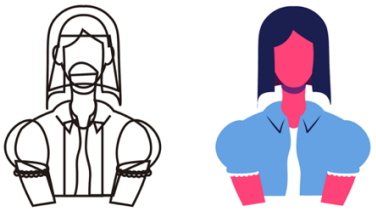

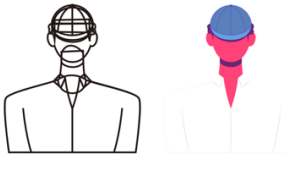

**Figura 24** StoryBoard parte 03  
Fuente: Elaboración propia 2021



<b>Figura 25</b> boceto cara base	<b>Figura 26</b> personajes 01	<b>Figura 27</b> personajes 02
		
Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia

<b>Figura 28</b> personajes 03	<b>Figura 29</b> personajes 04	<b>Figura 30</b> personajes 05
		
Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia

<b>Figura 31</b> personajes 06	<b>Figura 32</b> personajes 07	<b>Figura 33</b> personajes 08
		
Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia

<b>Figura 34</b> personajes 09	<b>Figura 35</b> personajes 10	<b>Figura 36</b> personajes 11
		
Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia
<b>Figura 37</b> personajes 12	<b>Figura 38</b> personajes 13	
		
Fuente: Elaboración propia	Fuente: Elaboración propia	

Escena 1:

Aparición de logos institucionales y nombres de los creadores

Escena 2:

*“La violencia de género es una realidad dentro de nuestra sociedad y es un problema que nos compete a todos.”*

*“La sociedad actual ha normalizado y minimizado la existencia de dicha violencia, por lo que es de suma importancia visibilizarla para comprender su gravedad.”*

Escena 3:

*“Dentro de la “Universidad de Tarapacá”, existe una gran desinformación sobre que es la violencia de género, llegando a conclusiones inexactas e incluso erróneas.”*

Escena 4:

*“Se entiende como violencia de género a todo daño que se cometa en contra de una persona de sexo femenino, ya sea mujeres o niñas, como resultado de las desigualdades*

*generadas producto de los roles de género establecidos y las relaciones jerárquicas que se dan entre hombres y mujeres.”*

Escena 5:

*“Ya teniendo claro que es la violencia de género, surge una gran interrogante ¿Existe violencia de género dentro de la Universidad de Tarapacá?”*

*“Para responder a esta pregunta se ha realizado una encuesta de manera anónima a diversos estudiantes de distintas carreras de la universidad, a los cuales se les consulto lo siguiente”*

Escena 6:

*“¿Alguna vez has sufrido violencia de género?”*

*Un 54% de los encuestados afirma que ha sido víctima de violencia de género, mientras que un 46% dice no haber sido víctima”*

Escena 7:

*“¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social en la universidad?”*

*“Un 38% de los encuestados afirma que ha sufrido violencia de género dentro de su círculo social, mientras que un 62% dice no haber sufrido algún episodio de violencia de género”*

Escena 8:

*“¿Qué tipo de violencia de género sufrieron?”*

*“24% de los encuestados afirma haber sufrido violencia de carácter sexual, un 36% violencia psicológica, un 24% violencia emocional, un 12% violencia de carácter físico y un 4% violencia económica”*

Escena 9:

*“¿Quién fue el victimario?”*








*“11% de los encuestados afirma haber sido víctima de violencia por parte de amigos, un 33% por parte de sus parejas, un 17% se abstuvo de contestar mientras que un 17% confirma como victimario un profesor y un 22% a un compañero de la universidad”*

Escena 10:







*“por lo que invitamos a utilizar nuestro hashtag “#NoTeLoCalles”*

Figura 39 Guión técnico parte 1

Fuente: Elaboración propia

	ESCENA	PLANO	TIPO DE PLANO	ANGULO	MOVIMIENTO DE CAMARA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN DE AUDIO	DURACIÓN	TRANSICIÓN
	1	1	General	Frontal	Estatica	Aparecen los logotipos de la universidad y el logo de Creatiza	Musica comienza	2-5s	No
	2	1	General	Frontal	Estatica	Aparición de personajes por diferentes direcciones	NARRADOR: "La violencia de género es una realidad dentro de nuestra sociedad y es un problema que nos compete a todos"	10-15s	No
	3	1	General	Frontal	Estatica	Aparición de la Universidad mediante construcción por capas.	NARRADOR: "Dentro de la "Universidad de Tarapacá""	3-5s	No
	3	2	General	Frontal	Estatica	Aparición de signos de interrogación	NARRADOR: "existe una gran desinformación sobre que es la violencia de género, llegando a conclusiones inexactas"	3-5s	No
	3	3	General	Frontal	Estatica	Aparición de simbología de error	NARRADOR: "e incluso erróneas"	3-4s	No
	4	1	General	Frontal	Estatica	Aparición craneo animado mirando hacia los lados	NARRADOR: "Se entiende como violencia de género a todo daño que se cometa en contra de"	4-6s	No
	4	2	General	Frontal	Estatica	Sobre el vector de la mujer aparece un moño en su cabeza	NARRADOR: "o niñas"	1-2s	No

**Figura 40** Guión técnico parte 2  
Fuente: Elaboración propia

	ESCENA	PLANO	TIPO DE PLANO	ANGULO	MOVIMIENTO DE CAMARA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN DE AUDIO	DURACIÓN	TRANSICIÓN
	4	3	General	Frontal	Estatica	Sobre el vector de la mujer aparece un moño en su cabeza	NARRADOR: "o niñas"	1-2s	No
	4	4	General	Frontal	Estatica	Aparición de personajes por diferentes direcciones	NARRADOR: "La violencia de género es una realidad dentro de nuestra sociedad y es un problema que nos compete a todos"	10-15s	No
	4	5	General	Frontal	Estatica	Entra a escena una balanza la cual muestra con mas peso al hombre	NARRADOR: "como resultado de las desigualdades generadas producto de los roles de género establecidos"	4-6s	No
	4	6	General	Frontal	Estatica	Sobre el hombre aparece un corona y la mujer baja la mirada	NARRADOR: "y las relaciones jerárquicas que se dan entre hombres y mujeres"	2-4s	Si
	5	1	General	Frontal	Estatica	Aparece un personaje y sobre ella aparece la pregunta; ¿Existe violencia de genero dentro de la Universidad de Tarapacá?	NARRADOR: "Ya teniendo claro que es la violencia de género, surge una gran interrogante ¿Existe violencia de genero dentro de la Universidad de Tarapacá?"	9-11s	No
	5	2	General	Frontal	Estatica	Aparece una encuesta	NARRADOR: "Para responder a esta pregunta se ha realizado una encuesta"	3-5s	No
	5	3	General	Frontal	Estatica	Detras de la encuesta aparece un vector referente al anonimato, las gafas del vector brillan	NARRADOR: "de manera anónima"	2-3s	Si

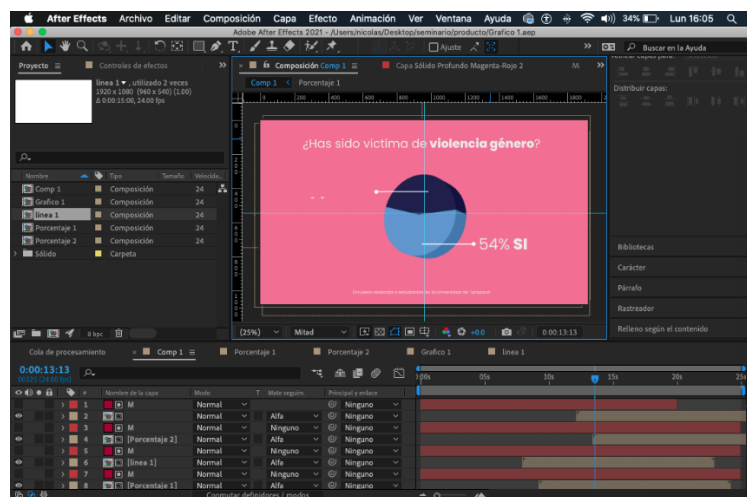
**Figura 41** Guion técnico parte 3  
Fuente: Elaboración propia

	ESCENA	PLANO	TIPO DE PLANO	ANGULO	MOVIMIENTO DE CAMARA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN DE AUDIO	DURACIÓN	TRANSICIÓN
<p>¿Has sido víctima de género?</p> <p>46% NO 54% SI</p>	6	1	General	Frontal	Estatica	Aparece la una pregunta, dando paso a un grafico de torta con los correspondientes datos	<p>NARRADOR: "¿Alguna vez has sufrido violencia de género?"</p> <p>Un 54% de los encuestados Afirma que ha sido víctima de violencia de género, mientras que un 46% dice no haber sido víctima"</p>	13-16s	No
<p>¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social en la universidad?</p> <p>62% NO 38% SI</p>	7	1	General	Frontal	Estatica	Aparece la una pregunta, dando paso a un grafico de torta con los correspondientes datos	<p>NARRADOR: "¿Has sufrido violencia de género dentro de tu círculo social en la universidad?"</p> <p>"Un 38% de los encuestados afirma que ha sufrido violencia de género dentro de su círculo social, mientras que un 62% dice no haber sufrido algún episodio de violencia de género"</p>	13-16s	No
<p>¿Que tipo de violencia de género sufres?</p> <p>24% Sexual 24% Psicología 24% emocional 12% Física 16% Económica</p>	8	1	General	Frontal	Estatica	Aparece la una pregunta, dando paso a un grafico de barras con los correspondientes datos	<p>NARRADOR: "¿Quién fue el victimario?"</p> <p>"11% de los encuestados afirma haber sido víctima de violencia por parte de amigos, un 33% por parte de sus parejas, un 17% se abstuvo de contestar mientras que un 17% confirma como victimario un profesor y un 22% a un compañero de la universidad"</p>	18-21 s	No
<p>¿Quién fue el causante de dicha violencia?</p> <p>11% Amigos 33% Parejas 17% Profesores 17% Compañeros 22% Compañeras</p>	9	1	General	Frontal	Estatica	Aparece la una pregunta, dando paso a un grafico de barras con los correspondientes datos	<p>NARRADOR: "¿Quién fue el victimario?"</p> <p>"11% de los encuestados afirma haber sido víctima de violencia por parte de amigos, un 33% por parte de sus parejas, un 17% se abstuvo de contestar mientras que un 17% confirma como victimario un profesor y un 22% a un compañero de la universidad"</p>	18-21 s	Si
<p>#NoTeLoCalle</p>	10	1	General	Frontal	Estatica	Aparece Un hashtag el cual dice; #NoTeLoCalle	<p>NARRADOR: "por lo que invitamos a utilizar nuestro hashtag "#NoTeLoCalle"</p>	3-5s	No

## 4.4 Prototipo

Una vez ya pasado el proceso anteriormente mencionado llega la hora de generar el motion graphic, es decir, comenzar con su montaje y edición, para esto reúne los personajes ya ideados en el punto anterior y se comienza con su edición en el programa after effects.

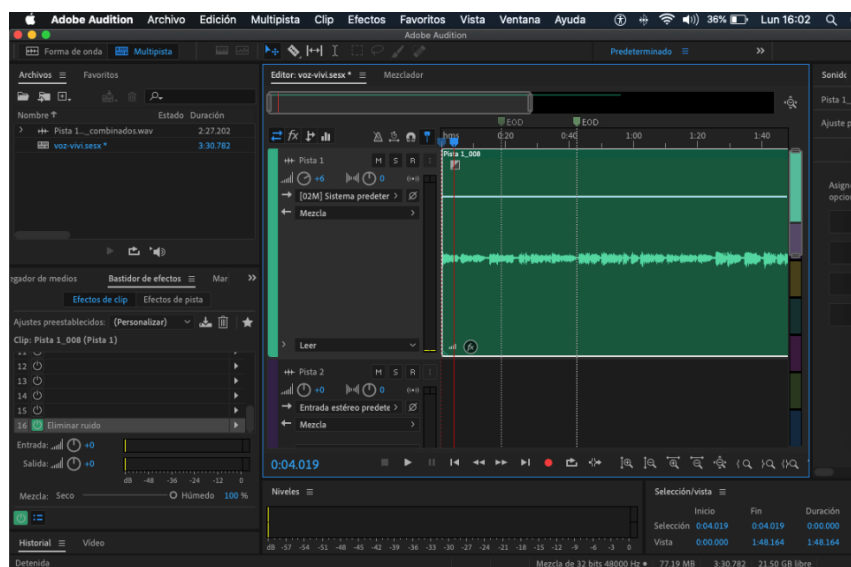
**Figura 42** Edición en After Effects



Fuente: Captura de pantalla

Ya comenzado el proceso de edición, no solo las gráficas son primordiales, sino que el audio, en este caso la voz de fondo, también es importante para que la secuencia de las gráficas tomen tono y ritmo, para dar un mensaje acorde al esperado.

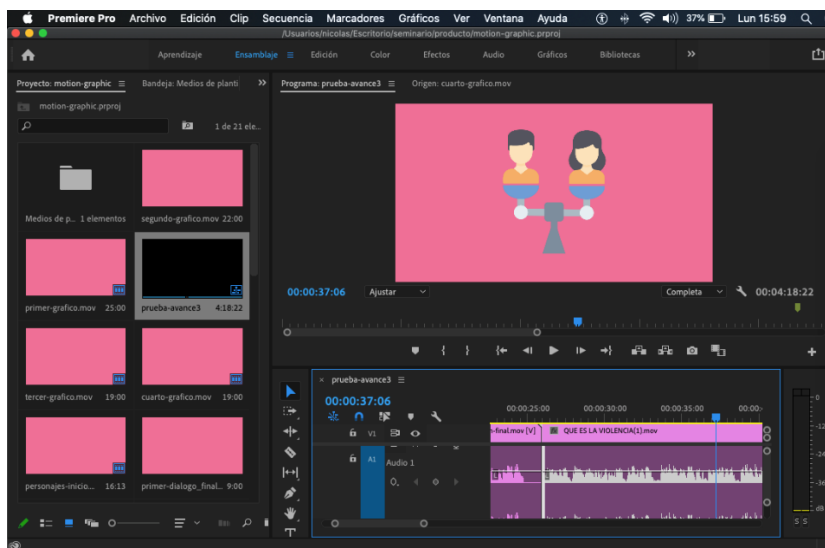
**Figura N° 43** Edición de voz en Adobe Audition



Fuente: captura de pantalla

Para la elaboración y edición de la voz correspondiente se usó el programa de adobe audition, ya que debido a su funcionalidad este nos permitió editar el audio de mejor manera logrando así eliminar todo ruido no deseado en el fondo de la voz.

**Figura N° 44** Montaje en Adobe Premiere



Fuente: captura de pantalla

Finalmente, una vez ya teniendo la voz y graficas ya terminada se procede al momento final de su edición, el montaje, esta parte es la más importante ya que es donde se une el audio con las gráficas para lograr que lo mostrado tenga correlación con lo que se escucha.

#### 4.5 Testeo

Es el momento de verificar si el producto realmente cumple con su función de concientizar a la comunidad estudiantil, para esto, se desarrollaron al menos diez (10) preguntas de carácter obligatoria a un grupo de estudiantes, donde nueve (9) de estas preguntas consistían en responder si se encontraban de acuerdo o en desacuerdo con la pregunta y la décima pregunta consistía en una de respuesta abierta, para poder conocer la opinión personal del encuestado y así corroborar que nuestro objetivo se haya cumplido.

1. ¿Encuentras acorde las piezas graficas utilizadas en el Motion graphic?
2. ¿Consideras que el timing en cada una de las escenas es correcto?
3. ¿Crees que la paleta de color trabajada en el Motion graphic es acorde?
4. ¿Las gráficas usadas son fáciles de reconocer?
5. ¿Las entradas y salidas de gráficos se hacen agradables a la vista?
6. ¿La musicalización es acorde a toda la composición?
7. ¿La tipografía utilizada se lee y percibe de buena manera?
8. ¿Las entradas y salidas de los textos se observan con claridad?



9. ¿La voz se escucha claramente y acorde a la información en pantalla?

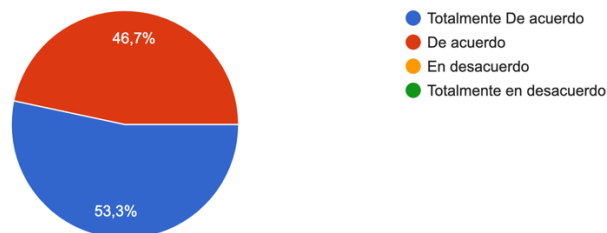
10. ¿Consideras que el mensaje plasmado logra concientizar a los estudiantes de la Universidad de Tarapacá?

**Figura N° 45** Encuesta realizada a estudiantes 1

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

1.- ¿Encuentras acorde las piezas graficas utilizadas en el Motion graphic?

15 respuestas

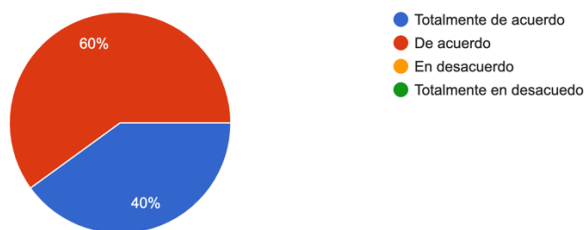


**Figura N° 46** Encuesta realizada a estudiantes 2

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

2.- ¿Consideras que el timing en cada una de las escenas es correcto?

15 respuestas

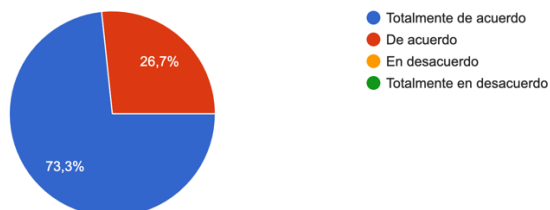


**Figura N° 47** Encuesta realizada a estudiantes 3

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

3.- ¿Crees que la paleta de color trabajada en el Motion graphic es acorde?

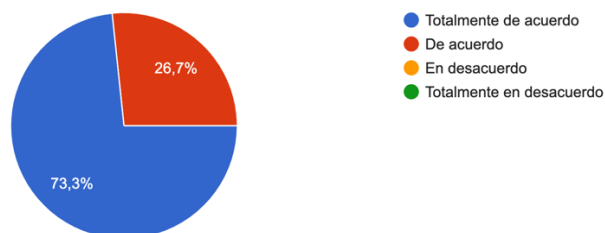
15 respuestas



**Figura N° 48** Encuesta realizada a estudiantes 4  
Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

4.- ¿Las graficas usadas son faciles de reconocer?

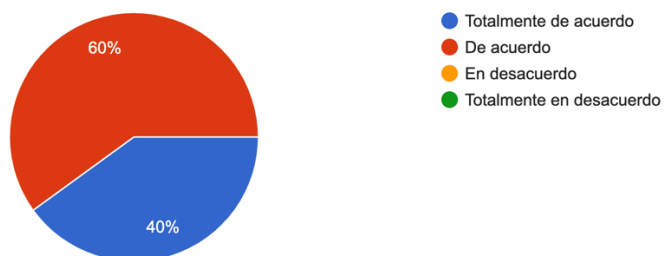
15 respuestas



**Figura N° 49** Encuesta realizada a estudiantes 5  
Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

5.- ¿Las entradas y salidas de gráficos se hacen agradables a la vista?

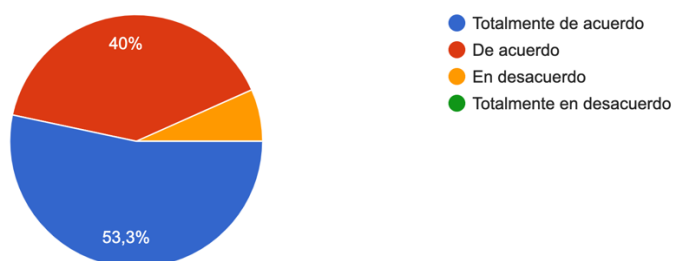
15 respuestas



**Figura N° 50** Encuesta realizada a estudiantes 6  
Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

6.- ¿La musicalización es acorde a toda la composición?

15 respuestas

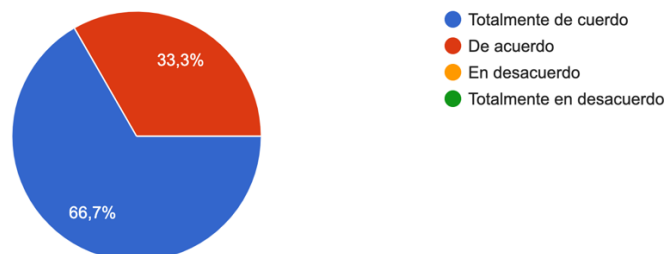


**Figura N° 51** Encuesta realizada a estudiantes 7

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

7.- ¿La tipografía utilizada se lee y percibe de buena manera?

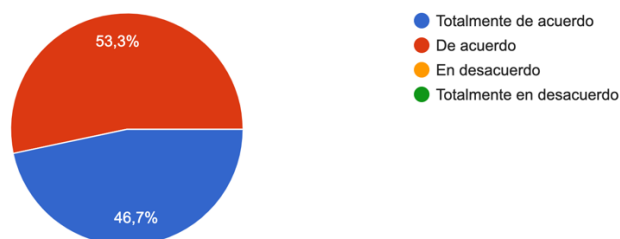
15 respuestas

**Figura N° 52** Encuesta realizada a estudiantes 8

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

8.- ¿Las entradas y salidas de los textos se observan con claridad?

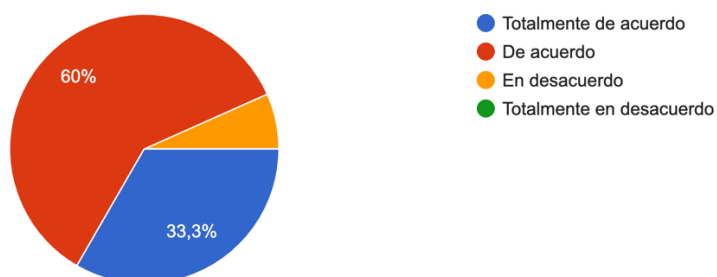
15 respuestas

**Figura N° 53** Encuesta realizada a estudiantes 9

Fuente: captura de pantalla google form, validación motion graphics

9.- ¿La voz se escucha claramente y acorde a la información en pantalla?

15 respuestas



En base a las preguntas anteriormente usadas en la encuesta realizada a finales del año 2021, se concluye que la parte técnica y gráfica cumplen con creces su funcionalidad, más del 50% de los encuestados confirma que la paleta de colores seleccionada, las fuentes tipográficas, las gráficas usadas y sus tiempos son correspondientes.

Por otro lado, también se destaca que algunos pocos estudiantes consideraron que en algunas ocasiones la voz usada debería haber resaltado algunos puntos para lograr dar un mejor contraste, no obstante, en su gran mayoría se considera que el producto logra generar de buena manera su objetivo principal, “concientizar”, puesto que el presentar datos cuantitativos genera que todo lo expuesto se convierta en una realidad, impactando al alumnado sobre esta situación, que si bien tenían en consideración, no habían considerado que las cifras fueran tan altas.

#### **4.6 Validación con experto**

Para realizar esta validación contactamos a Eduardo Palacios Diseñador Multimedia y especialista en Animación en general a quien se le realizó la siguiente encuesta:

1.- ¿Encuentras acorde las piezas graficas utilizadas en el Motion graphic?

Respuesta: Si, las piezas gráficas están acordes, se utiliza un estilo plano de diseño, acorde al estado del arte, ya que este estilo de ilustración se utiliza bastante en estos tiempos para poder realizar motion graphics por su simpleza y lo amigable que puede ser al momento de animar.

2.- ¿Consideras que el timing en cada una de las escenas es correcto?

Respuesta: El timing utilizado es el correcto, la animación y el montaje de esta es bastante dinámico, salvo algunas pausas entre escenas, que podrían haber sido algunos frames más corto, pero el ritmo está bastante bien en lo general.

3.- ¿Crees que la paleta de color trabajada en el Motion graphic es acorde?

Respuesta: La paleta de colores utilizada para esta pieza animada está acorde al estilo de animación utilizada, tiene un contraste definido y bastante colorido, con lo cual se distinguen cada elemento de las piezas diseñadas.

4.- ¿Las interpolaciones trabajadas se observan de buena manera?

Respuesta: La interpolación de movimiento se visualiza de buena manera, se pudo haber trabajado de mejor forma la velocidad para obtener un resultado mucho más fluido, para darle un acelerado y desacelerado un poco más dinámico, pero aun así está bien logrado.

5.- ¿La musicalización es acorde a toda la composición?

Respuesta: La musicalización está acorde a la composición, usa una melodía suave que no distrae al visualizar la pieza audiovisual.

6.- ¿La voz se escucha claramente y acorde con la iconografía?

Respuesta: La voz se escucha un poco más bajo que la música, pero no lo suficiente como para que no se entienda el mensaje, se logra escuchar todo el relato y está acorde con las iconografías utilizadas.

7.- ¿Crees que se transmite de buena manera el mensaje?

Respuesta: El mensaje se transmite de buena manera, ejemplifican con datos y gráficos para complementar la información entregada.

8.- ¿Consideras que la visualización del motion graphic es atractiva?

Respuesta: Si, la visualización del motion graphic es atractiva, cumple con su objetivo, explica la información de forma clara, acompañado con iconos e ilustraciones que complementan el relato, la música acompaña la pieza gráfica no genera una distracción, de forma general está bien logrado.

## CONCLUSIÓN

Como se planteó anteriormente dentro de este documento existe un gran desconocimiento sobre la real definición de la “violencia de género” dentro de las comunidades universitarias, por ende, se da pie a innumerables confusiones sobre cómo tratar esta problemática. Es de suma importancia entregar este conocimiento para así poder abolir todas las situaciones, prácticas y comportamientos erróneos presentes en el estudiantado y también en el profesorado, para lograr una convivencia sana para todos.

Para lograr definir “Que es” la violencia de género y exponer esta información de manera didáctica y clara, se utilizó la metodología “Design Thinking”.

Partiendo por el apartado de “Empatizar” se plantearon preguntas específicas para generar un diagnóstico de la problemática en cuestión y así conocer a nuestro público objetivo mediante una encuesta anónima.

Al “Definir” logramos ubicar el problema y precisar una solución para este, en nuestro caso llegamos a la conclusión de que la mejor manera de lograr un alto grado de concientización es el desarrollo de un “motion graphic”.

En el apartado de “Idear” nos preocupamos de la construcción del proyecto, desde la creación del guion técnico, guion literario, storyboard y el desarrollo de personajes. Por consiguiente, se desarrolló el “prototipo” utilizando las distintas herramientas a nuestra disposición, las cuales fueron en este caso “Adobe After Effect” para la creación de gráficas y “Adobe premiere pro” para el montaje y post producción del proyecto.

Se generó un “testeo” para saber si el público pudo entender de buena manera el proyecto, nuevamente mediante una encuesta anónima específica. Finalmente se realizó la validación con un profesional especializado (experto) para así concluir el desarrollo de nuestro producto.

En conclusión, el desarrollo de este proyecto resulto ser un gran éxito, gracias a que se tomó conciencia sobre la realidad vivida dentro de la universidad, sumado a la previa investigación generada para el buen tratamiento del producto, así logrando la aprobación del público y del experto de igual manera.

La principal proyección de nuestro proyecto radica en la utilización del material creado dentro de diversas instituciones e incluso dentro de eventos creados específicamente para la concientización sobre la “violencia de género” ya sea inmersa en la comunidad universitaria o en cualquier otro espectro académico.

## REFERENCIAS

- Alba, T. (2019). Guía para diseñar infografías desde cero.  
<http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2934/1/Gu%C3%ada%20para%20dise%C3%B1ar%20infograf%C3%adas%20desde%20cero.pdf>
- Alonso Valdivieso, C. (2016). Qué es Motion Graphics. Con A de animación, (6), 104-116.:  
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/79544/4799-16470-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amador Salas, M., & Vargas Vargas, A. (2014). Metodología Design Thinking para desarrollo emprendedor de TICs. <https://repositorio.unan.edu.ni/2316/>
- Brown, T (2008). Design Thinking.  
[https://emprendedoresupa.files.wordpress.com/2010/08/p02\\_brown-design-thinking.pdf](https://emprendedoresupa.files.wordpress.com/2010/08/p02_brown-design-thinking.pdf)
- Caro García, Carmen y Monreal Gimeno, M<sup>a</sup> Carmen (2017). CREENCIAS DEL AMOR ROMÁNTICO Y VIOLENCIA DE GÉNERO. Revista Internacional de Psicología del Desarrollo y la Educación, 2 (1), 47-56. ISSN: 0214-9877.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349853220005>
- Chamorro Vitar, J. M. (2020). *Análisis de Estrategias Comunicacionales en temas de Derecho y Violencia de Género de la Organización "SURKUNA"*(2019) (Bachelor's thesis, Quito: UCE) <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20820/1/T-UCE-0009-CSO-259.pdf>
- Dirección de Extensión y Vinculación con el Medio, (15 octubre 2021). Dirección de Equidad de Género inicia proceso de implementación Ley N° 21.369 que regula el acoso sexual, la violencia y la discriminación de género en el ámbito de la educación superior. Universidad de Tarapacá  
<https://www.uta.cl/index.php/2021/10/15/direccion-de-equidad-de-genero-inicia-proceso-de-implementacion-ley-n-21-369-que-regula-el-acoso-sexual-la-violencia-y-la-discriminacion-de-genero-en-el-ambito-de-la-educacion-superior/>
- DeConceptos.com (s.f). Concepto de afiche.  
<https://deconceptos.com/arte/afiche>
- Flores, P., & Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: Una reflexión desde la violencia simbólica de género en redes sociales. Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud, 15(1), 147-160.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s1692715x2017000100009&script=sci\\_abstract&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s1692715x2017000100009&script=sci_abstract&tlng=es)

- Ferrer, O. C. (2020). La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. *Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (11), 69-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361794>
- Gallardo-López, J. A., & Gallardo-Vázquez, P. (2019). Educar en igualdad: Prevención de la violencia de género en la adolescencia. *Hekademos: revista educativa digital*, (26), 31-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6985275>
- García, C. E. (2017). Historia de la animación Y. El dibujo animado. <http://revista925taxco.fad.unam.mx/index.php/2017/05/12/historia-de-la-animacion-i-el-dibujo-animado/?fbclid=IwAR2xomdeTx4Md5E6Tk2oHqtdC2ebG-wFJQml5WsDfpA7N8MdrhG8mcKJgmw>
- Garcés Estrada, Carolina, Santos Pérez, Antonia y Castillo Collado, Loreto. (2020). Universitaria y Violencia de Género: Experiencia en Estudiantes Universitarias de Trabajo Social en la Región de Tarapacá. <https://www.scielo.cl/pdf/rlei/v14n2/0718-7378-rlei-14-02-59.pdf>
- Guzmán Sánchez, Francisco Miguel - (2016) - Doctoral - Violencia de género en adolescentes: análisis de las percepciones y de las acciones educativas propuestas por la Junta de Andalucía. <https://idus.us.es/handle/11441/36522>
- Hernández ,P. E. (2017) Revista Publicando , 4 No 10 - Violencia de Género. <https://core.ac.uk/download/pdf/236644084.pdf>
- les sans blas (s.f.) Imagen y significado. <https://culturaaudiovisualsanblas.jimdofree.com/cultura-audiovisual-i/imagen-y-significado/>
- les sans blas (s.f.) La animación. <https://culturaaudiovisualsanblas.jimdofree.com/cultura-audiovisual-i/la-animaci%C3%B3n/>
- Mechó, P.(2017). *Posibles nuevas formas de violencia de género*. Published by Universitat Jaume I. [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168965/TFG\\_2017\\_MechoPuchol\\_Teresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168965/TFG_2017_MechoPuchol_Teresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- OCAC lanza primera encuesta nacional sobre acoso sexual en Chile. (20 Jul , 2020). OCAC <https://www.ocac.cl/observatorio-contra-el-acoso-chile-lanza-primer-a-encuesta-nacional-sobre-acoso-sexual-en-chile/>
- Onel Rojas, R. (2017-12).Análisis del rol de los medios de comunicación respecto a la naturalización de la violencia de género contra las mujeres en Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/151528>



ONU Mujeres. (s.f). Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas. [Artículo Web]. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>

Real Academia Española (2020)  
<https://dle.rae.es/texto>

Real Academia Española (2020) Video.  
<https://dle.rae.es/video?m=form>

Sánchez, A. (2020). Diseño de campaña de concientización: informativa-persuasiva sobre las consecuencias de la obesidad infantil (Bachelor's thesis).  
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/18836>

Vico Sánchez, M (2017). El galicismo afiche, la vertiente etimológica: historia, transformación de significados y su práctica contemporánea.  
<http://www.revista180.udp.cl/index.php/revista180/article/view/374>

**Enlace producto disponible en:** <https://drive.google.com/file/d/1NqcGO-JInBJn546BP0euUAXOrW-qXXV5/view?usp=sharing>