



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

## TÍTULO DEL PROYECTO

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN DE  
UN MEDIO DIGITAL, COMUNITARIO Y BICULTURAL PARA  
MEJORAR LA EMPATÍA HACIA LA COMUNIDAD  
VENEZOLANA EN CONDICIÓN DE MOVILIDAD HUMANA DE  
PROYECTO LA VEREDA 2020

### **Equipo interdisciplinario:**

MORENO VERA JOSÉ FERNANDO  
BARQUET ZIADE MARIE DENNISE  
JARAMILLO SAVERIO EILYN NARCISA  
FREIRE BACA PAUL ANDRÉS  
PORTÉS CERECEDA RICARDO IVÁN  
CHAGUAY BUSTAMANTE EMILIO JOSÉ

### ***Guías del Proyecto***

José Miguel Campi Portaluppi  
Nahara Silvana Morán del Pozo

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Diciembre 2020



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

SUBTÍTULO  
EVALUACIÓN DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA  
ESTRATEGIA COMUNICACIONAL, LA DIMENSIÓN  
ESTRUCTURAL Y EL CONTENIDO DE  
ENTRETENIMIENTO PARA PROYECTO LA VEREDA 2020

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Marketing y

Gestión Empresarial

Elaborado por:

PAUL ANDRÉS FREIRE BACA

***Guías del Proyecto***

José Miguel Campi Portaluppi

Nahara Silvana Morán del Pozo

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Diciembre 2020



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, José Fernando Moreno Vera, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción del tejido social, dimensión estructural y del contenido informativo del proyecto La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JFM', with a long horizontal stroke extending to the right.

---

**José Fernando Moreno Vera**  
C.C. 0922052121



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, José Fernando Moreno Vera, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción del tejido social, dimensión estructural y del contenido informativo del proyecto La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JFM', with a long horizontal stroke extending to the right.

---

**José Fernando Moreno Vera**  
C.C. 0922052121



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Marie Dennise Barquet Ziade, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción del tejido social y de resultados en redes sociales del proyecto La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Marie Barquet Ziade

---

**Marie Dennise Barquet Ziade**  
**C.C. 0924922420**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Marie Dennise Barquet Ziade, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción del tejido social y de resultados en redes sociales del proyecto La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Marie Barquet Ziade

---

**Marie Dennise Barquet Ziade**  
**C.C. 0924922420**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Eilyn Narcisa Jaramillo Saverio, autor del trabajo de titulación “Evaluación de la instalación y fortalecimiento de capacidades para la creación y difusión de contenido en las comunidades en condición de movilidad humana y receptora en Guayaquil para el proyecto de La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

---

**Eilyn Narcisa Jaramillo Saverio**  
**C.C. 0922783576**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Eilyn Narcisa Jaramillo Saverio, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación de la instalación y fortalecimiento de capacidades para la creación y difusión de contenido en las comunidades en condición de movilidad humana y receptora en Guayaquil para el proyecto de La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

---

**Eilyn Narcisa Jaramillo Saverio**  
C.C. 0922783576





PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Paul Andrés Freire Baca, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de la estrategia comunicacional, la dimensión estructural y el contenido de entretenimiento para proyecto La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

---

**Paul Andrés Freire Baca**  
C.C. 0925506974



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Paul Andrés Freire Baca, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de la estrategia comunicacional, la dimensión estructural y el contenido de entretenimiento para proyecto La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paul Andrés Freire Baca', is written over a horizontal line.

**Paul Andrés Freire Baca**  
**C.C. 0925506974**



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ricardo Iván Portés Cereceda, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de narrativas, estrategia comunicacional y de la satisfacción de participantes de talleres para proyecto La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ricardo Iván Portés Cereceda', written over a horizontal line.

**Ricardo Iván Portés Cereceda**  
**C.C. 092242030**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ricardo Iván Portés Cereceda, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de narrativas, estrategia comunicacional y de la satisfacción de participantes de talleres para proyecto La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

---

**Ricardo Iván Portés Cereceda**  
C.C. 092242030



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Emilio José Chaguay Bustamante, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de la idea, concepto, manual de marca y del sitio web del proyecto La Vereda 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

---

**Emilio José Chaguay Bustamante**  
C.C. 0704174762



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Emilio José Chaguay Bustamante, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de construcción de la idea, concepto, manual de marca y del sitio web del proyecto La Vereda 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

---

**Emilio José Chaguay Bustamante**  
C.C. 0704174762

## Resumen

El presente documento reconstruye la experiencia durante la creación de *La Vereda*, un medio de comunicación comunitario, digital y bicultural. El objetivo de este proyecto es mejorar la escasa empatía que tiene la comunidad guayaquileña receptora hacia la población venezolana en condición de movilidad humana, y su sistematización busca ser una herramienta que sirva para la replicación y brinde elementos para mejorar futuras experiencias. Para su cumplimiento, y considerando el contexto de la pandemia ocasionada por el COVID-19 que ameritaba el confinamiento y aislamiento social, se creó un canal de comunicación, en este caso una plataforma digital o sitio web, que permita difundir contenido de entretenimiento (narrativo-vivencial) e informativo, autogestionado y gestionado por las comunidades, para combatir el enfoque negativo de los medios de comunicación que asocia principalmente a esta población con criminalidad, competencia laboral y necesidades. De esta manera, se recoge el proceso de construcción de la idea, concepto y marca; la construcción de los canales de comunicación (sitio web y redes sociales); la creación de la dimensión estructural del medio; la construcción del tejido social que evidencia el trabajo realizado con organizaciones de la sociedad civil y otros Proyectos de Aplicación Profesional; y la realización de los talleres para crear y difundir contenido digital. A partir de la ejecución de estas actividades, se presentan resultados, conclusiones y recomendaciones para mejorar el trabajo realizado en este proyecto.

**Palabras claves:** Movilidad humana, xenofobia, aporofobia, visibilidad, medio comunitario.

## Abstract

This document reconstructs the experience during the creation of *La Vereda*, a community, digital and bicultural media. The objective of this project is to improve the lack of empathy that the host community in Guayaquil has towards the Venezuelan population in condition of human mobility, and its systematization seeks to be a tool that serves for replication and provides elements to improve future experiences. To comply with it, considering the context of the pandemic caused by COVID-19 that warranted confinement and social isolation, a communication channel was created, in this case a digital platform or website, which allows the broadcast of entertainment (narrative-experiential) and informative content, self-managed and managed by the communities, to combat the negative media approach that mainly associates this population with crime, job competence and needs. In this way, the building process of the idea, concept and brand is collected; the construction of communication channels (website and social media); the creation of its structural dimension; the construction of the social fabric that shows the work done with civil society organizations and other Professional Application Projects; and the making of workshops to create and diffuse digital content. Based on the execution of these activities and its results, conclusions and recommendations are presented to improve the work carried out in this project.

**Keywords:** Human mobility, xenophobia, aporophobia, visibility, community environment.



## Consideraciones Éticas

Este proyecto busca incidir en la generación de condiciones de igualdad entre personas en situación de movilidad humana de la comunidad venezolana y las y los miembros de la comunidad receptora guayaquileña. Ante ello, su validez recae en que este fue concebido bajo una matriz de marco lógico y para su desarrollo se han empleado una serie de metodologías y teorías (cualitativas, cuantitativas y mixtas) que guían las acciones realizadas y que han permitido la obtención y evaluación de resultados en base a ellas; no obstante, se resalta que, al formar parte de las ciencias sociales, los contextos y sus incidencias pueden ser volubles con el tiempo.

Por otra parte, debido a que para este *se trabajó con personas* que se encuentran condiciones de vulnerabilidad, el proyecto se ve guiado por los tres principio éticos básicos especificados en el *Informe de Belmont* (1978), en concordancia de los Derechos Humanos: Respeto a las Personas, Beneficencia y Justicia.

Estos principios éticos se aplican de manera en que las personas que formaron parte en este proyecto fueron elegidas a partir de base de datos proporcionadas por organizaciones de la sociedad civil o contacto directo con las y los miembros del equipo que lo desarrollan. Además, lo hicieron de forma voluntaria, incluso de manera anónima, con opción a desistir en cualquier momento, y con previo consentimiento informado donde se comunicaron los beneficios de su participación: contribuir a la finalidad del proyecto antes mencionada, recibir talleres que les permita adquirir destrezas y conocimientos digitales básicos para la creación y difusión de contenido, o participar activamente de un espacio mediático.

Asimismo, se consideró el riesgo de afectaciones psicosociales de su participación, por lo que se contó con apoyo de especialistas de la organización HIAS

para mitigarlo y, de darse algún caso de afectación por parte del equipo hacia la o el voluntario, la persona afectada pueda ser atendida por la organización.

En cuanto al tratamiento de la información, esta tiene en su mayoría fines mediáticos, por lo que se comunicó a los participantes que sus aportaciones difundidas podrían ser retiradas en cualquier momento de las diferentes plataformas del proyecto cuando así lo deseen. La información obtenida restante fue utilizada para fines académicos, por lo que se mantiene en anonimato y solo se divulgan los resultados obtenidos sin exponer a los participantes.

Por último, el proyecto fue realizado bajo el principio de la inclusión por lo que las y los beneficiarios participantes del proyecto jugaron un rol activo sobre este espacio creado, con el fin de construir nuevos imaginarios y representaciones sobre la comunidad venezolana. De igual forma, para la ejecución de este, se aplicaron enfoques basados en derechos humanos, de movilidad humana, género e interculturalidad.

## Índice

<b>Antecedentes y Contexto de la Experiencia .....</b>	<b>20</b>
<b>Hipótesis de Mejora.....</b>	<b>38</b>
<b>Reconstrucción Histórica de la Experiencia .....</b>	<b>41</b>
<b>Construcción de la Idea, Concepto y Marca .....</b>	<b>41</b>
Producto: Manual de Identidad de Marca La Vereda .....	45
<b>Construcción de Canales de Comunicación .....</b>	<b>49</b>
<b>Dimensión Estructural.....</b>	<b>62</b>
<b>Construcción del Tejido Social Interno y Externo.....</b>	<b>66</b>
<b>Construcción y Fortalecimiento de Capacidades en las Comunidades.....</b>	<b>75</b>
<b>Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia .....</b>	<b>80</b>
<b>Componente 1.....</b>	<b>80</b>
Monitoreo del Sitio Web .....	81
Monitoreo de Redes Sociales .....	88
<b>Componente 2.....</b>	<b>96</b>
Planificación de Talleres y Evaluación Práctica de Conocimientos .....	97
Evaluación del Nivel de Satisfacción de los Asistentes Hacia los Talleres .....	104
<b>Componente 3.....</b>	<b>109</b>
Monitoreo de la Calidad del Contenido de Entretenimiento.....	110
Monitoreo de la Calidad del Contenido Informativo .....	115
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>122</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>128</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>140</b>

## **Antecedentes y Contexto de la Experiencia**

La crisis política, económica, social y humanitaria que atraviesa la República Bolivariana de Venezuela, que se encuentra bajo la administración de Nicolás Maduro desde el 2013, ha provocado una serie de efectos en diferentes ámbitos en todo el continente, especialmente en sus vecinos más próximos de Suramérica. Este colapso del sistema venezolano se ve caracterizado por la pérdida del 62% del PIB, una transición de democracia limitada hacia un régimen autoritario, un gran incremento de la tasa de mortalidad por enfermedad y de la mortalidad infantil, el deterioro de los servicios públicos, y una profunda polarización política (Bull y Rosales, 2020). Es así, que la crisis venezolana ha sido catalogada como la más profunda que haya vivido cualquier sociedad moderna latinoamericana y es, actualmente, la peor entre los países no asolados por la guerra, siendo la salida de personas uno de sus efectos más importantes, lo cual surge como respuesta ante la pérdida del Estado de Derecho y la ineficiencia de este para cubrir las necesidades de sus habitantes (Bull y Rosales, 2020). Dado ello, se han elaborado una serie de respuestas locales, nacionales, regionales para hacer frente en los diferentes países latinoamericanos a esta problemática sin precedentes.

El desplazamiento forzado de personas ocasionado por la crisis que enfrenta este país ha evolucionado y crecido desde sus inicios en 2015. De acuerdo con la Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes de Venezuela (R4V), hasta agosto del 2020 han salido 5 180 615 personas desde las diferentes fronteras de Venezuela (2020a). De estos, el 80% se encuentra en Latinoamérica, siendo sus principales países receptores Colombia, Perú, Chile y Ecuador (Banco Mundial, 2020). De esta forma, la movilización de la población venezolana a través de toda la región se ha vuelto uno de los retos por afrontar, ya sea para los gobiernos o las diferentes organizaciones locales e internacionales que se encuentran implicados, por lo que la movilidad humana se ha

convertido en un asunto de constante debate en diferentes instancias de la agenda política y mediática.

La movilidad humana es un concepto reciente y complejo que involucra una serie de factores y procesos con el fin de integrar bajo un solo término las diferentes formas en las que se mueven las personas. Por consiguiente, se entiende como movilidad humana a la movilización voluntaria o forzada de las personas, ya sea de forma individual o grupal, influida por diversas razones (políticas, económicas, sociales, culturales, entre otras), en el ejercicio de su derecho a la libre circulación y con el fin de asentarse, por un corto o largo plazo, en un lugar determinado donde se puedan encontrar mejores condiciones de vida (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana de Ecuador, 2018; OIM, 2019a). Esta comprende a otras sub categorías como: la migración, que es el desplazamiento de personas (migrantes) fuera del territorio donde habitualmente residen, a través de límites geográficos o políticos, ya sea dentro o fuera de un Estado; y el refugio, entendido como un amparo o protección hacia una persona (refugiado o refugiada) que se encuentra perseguida o intimidada por un Estado o actores no estatales a causa de su religión, raza, opinión o grupo social al que pertenece, y que debido a ello no quiere o puede regresar a su lugar de residencia habitual (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana de Ecuador, 2018; OIM, 2019a). Ello, implica que las personas venezolanas en situación de movilidad humana se encuentran en una condición de vulnerabilidad.

En relación con la movilidad humana, Ecuador tiene antecedentes, ya sea como emisor o receptor de migrantes. En su rol de emisor, las primeras migraciones modernas de personas ecuatorianas se remontan a las décadas de entre 1960 y 1990, con cifras moderadas y siendo Estados Unidos el principal país de destino; no obstante, la crisis financiera de la década de 1990 causó que la cifra de emigrantes se disparará hasta

alcanzar los 107 000 en el año 2000 y que, debido a las restricciones estadounidenses, España se convierta en el principal destino de estos el mismo año (Gratton, 2005). Por otro lado, como receptor, Ecuador registra una baja cantidad de inmigrantes durante gran parte del siglo XX, proviniendo estos principalmente desde países árabes y europeos debido a las relaciones comerciales de ese entonces; sin embargo, a finales de este mismo periodo, la inmigración de personas desde Colombia y Perú aumentó y se mantuvo ligeramente hasta la primera década del 2000, debido al conflicto armado interno y la búsqueda de empleo para cada caso respectivamente (Valle-Franco, 2017). En la actualidad, aunque la migración desde países fronterizos es casi nula, el panorama es distinto, ya que para septiembre del 2020 existen 417 199 personas migrantes o refugiadas venezolanas (ACNUR, 2020; Banco Mundial, 2020). Esto quiere decir que la crisis en Venezuela ha ocasionado que Ecuador alcance cifras de inmigrantes internacionales no antes vistas, lo cual tiene efectos políticos, sociales, económicos y culturales.

A pesar de ello, cabe recalcar que, como se mencionó anteriormente, la movilidad humana es un proceso humano y, por lo tanto, está presente en gran parte de las sociedades del mundo; no obstante, en la actualidad esta es percibida de manera negativa en muchas de ellas. De acuerdo con Parejo-Llano et al (2020), la llegada de personas de diferentes partes del mundo, junto con el discurso de los medios de comunicación, han convertido a estas “en sinónimo de invasión, de abuso de los papeles identificatorios, con las mafias, de desempleo, de violencia, de crimen, de drogas, de ilegalidad, de desviación cultural, de fanatismo e intolerancia religiosa, de atraso” entre otros fenómenos negativos, ante lo cual ha surgido una ola creciente de xenofobia en las sociedades occidentales (pg. 2). Ello se puede evidenciar en el resurgimiento de debates políticos en diferentes partes de Europa, los cuales están acompañados del

resurgimiento de partidos de extrema derecha que rechazan profundamente la llegada de inmigrantes y refugiados o refugiadas, llaman a la defensa de la identidad cultural y racial, y hacen uso de situaciones adversas (crisis económicas, políticas, sociales, etc) para captar apoyo de la población y generar respuestas en contra de la institucionalidad de cada Estado, usando la llegada de personas extranjeras como un detonante de dichos problemas que aquejan a su sociedad (Robles, 2018; Arabi, 2020). Dado ello, se vuelve importante considerar que las personas en condición de movilidad humana sufren rechazo constante por parte de las sociedades receptoras y, como se evidencia en el contexto actual, dicho rechazo es un común denominador de las sociedades occidentales u occidentalizadas.

Para el caso ecuatoriano, la comunidad venezolana en situación de movilidad ha llegado en un contexto de crisis interna de diferentes índoles que se viene suscitando desde hace varios años. En primer lugar, Ecuador tiene una serie de problemas sociales entre los cuales se destacan: la pobreza, la desigualdad, la violencia y la corrupción (Social Progress Index, 2019). Además de ello, el país atraviesa una compleja situación fiscal debido, principalmente, a un alto y continuo endeudamiento por parte del Estado y a la caída del precio del petróleo (su producto más importante de exportación) desde el 2014, lo que causó que la economía se estanque en el 2015 y que en 2016 se contrajera 1,2%, para finalmente obtener un ligero crecimiento durante 2017 y 2018, volviéndose a estancar en 2019 (BCE, 2020a; Ministerio de Economía y Finanzas, 2020). De igual forma, el país viene sufriendo una pérdida de empleos, haciendo que las tasas de subempleo, desempleo e informalidad crezcan cada año, lo que se evidencia en los más de 66 000 empleos adecuados perdidos entre 2013 y 2018 (Banco Mundial, 2020). Ante dicho panorama descrito, se suma la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia del COVID-19 y los efectos del confinamiento tras el Estado de Excepción

declarado por del presidente Lenín Moreno en el decreto ejecutivo N° 1017, cuyas consecuencias se traducen en la desatención de necesidades de la población más vulnerable, el crecimiento negativo de la economía y la pérdida de más de un millón de empleos en lo que va del 2020 (BCE, 2020b; INEC, 2020; R4V, 2020b). Todo ello ha ocasionado que al Estado ecuatoriano le sea complejo atender de manera apropiada la recepción de personas venezolanas, así como otras necesidades de su propia población.

A todo ello, uno de los factores que impide el goce efectivo de los derechos de esta población es la irregularidad de su estatus migratorio. Aunque no existan cifras claras, el Banco Mundial (en base a la *encuesta a personas en movilidad humana y en comunidades de acogida en Ecuador*) estima que, a julio del 2019, el 54% de las personas venezolanas poseen un estatus irregular (2020), mientras que una encuesta de la OIM (2019b) en diciembre de ese año indica que el 68,9% de esta población reportó no estar en una situación migratoria regular. Para la OIT (2020), el endurecimiento de las medidas por parte del gobierno ecuatoriano para el ingreso de estas personas al Ecuador ha causado que la cifra de la irregularidad del estado migratorio de la población aumente, exponiéndola aún más a precarización laboral, explotación, y a condiciones no favorables. Esto quiere decir que una gran parte de la comunidad venezolana en Ecuador no puede acceder a empleos adecuados y a una calidad de vida estable.

En este sentido, un punto importante de asentamiento para la población venezolana en Ecuador es Guayaquil, lo cual se debe a múltiples factores. A pesar de que la comunidad venezolana se encuentra dispersa geográficamente (a diferencia de lo que ocurre en países como Perú), Guayas es una de las provincias que más recibe a esta población, junto con Pichincha y Manabí, siendo Guayaquil el principal destino dentro de la provincia, donde el 64,6% de la dicha población son hombres y el 35,4% son mujeres (Banco Mundial, 2020; R4V, 2020a; OIT, 2020). Ello se debe a dos causas



principales: su economía y su ubicación. En primer lugar, Guayaquil es el centro económico del país, lo que hace a esta ciudad atractiva para este grupo, ya que representa oportunidades laborales (el 40% en marketing, ventas y comunicación), siendo el comercio la principal actividad a la que se dedica esta población en la ciudad (OIT, 2020). Del mismo modo, Guayaquil se encuentra ubicada en la costa del país y es un punto importante en la ruta para llegar a la frontera con Perú o conectar con otros países, por lo que se convierte en el destino de una gran parte para cruzar Ecuador como un país de tránsito (Jacques, Linares y Useche, 2019). De esta manera, Guayaquil se posiciona como una comunidad receptora importante para la acogida de la población venezolana.

Asimismo, una gran parte de sus integrantes se ubica en zonas populares donde habitan en muchos casos en condición de hacinamiento. De acuerdo con un estudio realizado por la CLACSO (2020), la población venezolana habita principalmente en sectores populares, “barrios marginales y clase media-baja de Guayaquil como La Bahía, Sauces, Mapasingue, Suburbio, Guasmo, Entrada a la 8 debido fundamentalmente a los bajos costos en el alquiler de las viviendas”, y donde el aumento de su presencia ha generado tensiones entre las comunidades de acogida, además de expresiones xenófobas (pg. 106-107). Dado ello, y al igual que en muchas otras partes del Ecuador, Guayaquil presenta una serie de inconvenientes en el proceso de recepción de migrantes, lo que dificulta la inserción de estos a la sociedad y vuelve más compleja la situación que atraviesan.

Ante ello, se ha detectado que uno de los problemas más importantes que afecta a la población venezolana en Guayaquil es la escasez de empatía por parte de la comunidad receptora. Para este caso, se entiende por empatía a la conducta prosocial de las personas (voluntaria y en beneficio de otros) que les otorga la capacidad para

ponerse en la situación de otras y les permite responder o manifestarse de forma afectiva o no afectiva (Davis, 1996). En este contexto, su escasez afecta gravemente en diferentes ámbitos a las personas en situación de movilidad, imposibilitando que estos puedan gozar de sus derechos de forma apropiada y que se establezcan con normalidad en el país. De esta forma, se vuelve necesario mencionar las principales causas de dicho problema y los efectos en los que este deriva.

En primer lugar, una de las causas que incide sobre esta escasa empatía es el discurso divisorio promovido por parte del gobierno central ecuatoriano. A pesar de que el Ecuador cuenta con una legislación progresista (respecto a la movilidad humana) y con un enfoque garantista de sus derechos, el Estado ecuatoriano ha tomado una serie de medidas que afectan a este grupo considerado por su misma Constitución Política como un grupo de atención prioritaria (Banco Mundial, 2020; Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana). De acuerdo con Jacques et al. (2019), el discurso gubernamental se amparaba en la idea de la ciudadanía suramericana y libre movilidad humana; no obstante, desde el 2018 este se ampara en el control y la seguridad migratoria, con un enfoque antiinmigrante y estigmatizante de este grupo. Ello se evidencia en sucesos como el ocurrido luego de un femicidio en Ibarra en enero de 2019 cuando, tras la persecución y diversos ataques por parte de la comunidad receptora hacia los migrantes venezolanos, el presidente Lenín Moreno (2019) a través de su Twitter dispuso “la conformación inmediata de brigadas para controlar la situación legal de los inmigrantes venezolanos en las calles, en los lugares de trabajo y en la frontera”. Esto fue catalogado por Amnistía Internacional (2019) como una falta de responsabilidad y un acto de discriminación por parte del mandatario. A diciembre de 2020, el poder legislativo aprobó la *Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Movilidad Humana* promovida por el ejecutivo y enviada para su aprobación a la Asamblea, en la

cual se admite la expulsión, deportación y prohibición de entrada a migrantes bajo nueve causales como el ingreso irregular, el no iniciar el proceso de regularización en los plazos establecidos por la ley, reincidir en faltas migratorias, revocación de visas, incumplimiento de notificaciones de salida del Ecuador o que se haya cometido algún delito en el país de origen o dentro del territorio nacional (Asamblea Nacional, 2019; Asamblea Nacional 2020). De esta manera, Moreno, junto con el gobierno central, toma una postura de victimización y usa la situación migratoria de la comunidad venezolana como objeto de culpa, de manera que no reconoce los errores de su administración y hace uso de un lenguaje inapropiado en medio de un contexto de crisis.

En segundo lugar, la población venezolana en Ecuador se encuentra representada de forma negativa por parte de los medios de comunicación tradicionales. Estos presentan a las personas venezolanas de forma que asocian el fenómeno migratorio con pobreza, desempleo y delincuencia (Ripoll y Navas-Alemán, 2018). Ello se debe, especialmente, a que estos no cuentan con espacios de expresión y participación dentro de los medios de comunicación y que la información que se presente sobre estos tiene un enfoque en criminalidad, dejando de lado las perspectivas, narrativas y testimonios de esta población, y priorizando la visión del gobierno (OXFAM International, 2019; Pillajo-Borja, 2019). Como ejemplo de ello, el informe del Banco Mundial (2020) explica que existe un alto índice de percepción de criminalidad entre las y los ecuatorianos, a pesar de que la cantidad de crímenes cometidos han disminuido constantemente durante los últimos cinco años, y que dicha percepción está asociada al aumento de personas venezolanas, cuando en realidad su involucramiento en estos es baja, tal como se demuestra en los índices de inseguridad ciudadana o en la tasa de muertes violentas donde la participación de miembros de la comunidad venezolana es baja. Ello viene acompañado de una hipermediatización de la

movilidad de personas venezolanas que aumenta simultáneamente con el incremento de su población que entra al Ecuador (Ripoll y Navas-Alemán, 2018). Por consiguiente, dentro de este contexto, se vuelve necesario un espacio mediático que posibilite la participación de esta población para contrarrestar dicho enfoque de criminalidad y que permita una representación positiva de estos.

En última instancia, otra causa que incurre en el problema antes mencionado es la percepción negativa que tiene la comunidad receptora sobre el fenómeno migratorio y las personas venezolanas. Es así, que el imaginario colectivo de la población ecuatoriana está predominado por ideas negativas sobre la comunidad venezolana, siendo una de las principales causas la precariedad del día a día de esta comunidad receptora, lo que se evidencia a través de redes sociales, donde se estima que aproximadamente, hasta el 2018, el 36% de menciones son negativas para referirse a las personas venezolanas, un 42% positivas y el porcentaje restante son neutras, tales como contenido informativo (OXFAM International, 2019; Ripoll y Navas-Alemán, 2018). Ello se debe principalmente a la desinformación y el manejo ineficiente para generar contenidos por parte de los medios de comunicación, así como la existencia de prejuicios y malas prácticas de la población receptora en redes sociales (OXFAM International, 2019). De acuerdo con OXFAM International (2019), la opinión pública ecuatoriana se ve expuesta constantemente a una narrativa anti migratoria con un discurso enmarcado sobre la base de miedos ya conocidos. Dado esto, se vuelve necesario que se consuman o se visibilicen otro tipo de narrativas respecto a la comunidad venezolana en Guayaquil que posibiliten la construcción de un nuevo imaginario colectivo más empático con la realidad de la población en condición de movilidad.

Estas causas mencionadas están presentes dentro de un contexto donde predominan fenómenos de carácter estructural como la violencia, la xenofobia y el regionalismo. De acuerdo con Elizalde y Reyes-Sosa (2019), la violencia es un fenómeno que ha marcado profundamente a la sociedad ecuatoriana con fuertes estragos, siendo el más evidente el ámbito criminal. Asimismo, de acuerdo con Jacques et al. (2019), la xenofobia se manifiesta en el Ecuador constantemente hacia la población migrante que llega al país, llegando al punto en que, en la actualidad, la comunidad receptora percibe a la población venezolana como uno de los principales problemas que aquejan a Ecuador.

En este caso, la violencia es un fenómeno multidimensional y complejo del cual se desprenden diferentes tipos, por lo que para abordarlo se deben tener en cuenta diversas concepciones. En primer lugar, se entiende a la violencia como un mecanismo de acción intencional a través del cual, mediante el uso del poder o la fuerza, una o varias personas causan daño físico, mental o sexual, pudiendo llegar a la muerte, de una o varias personas, incluso a sí mismos (Concha-Eastman, 2000; Buvinic et al, 2005). De aquí que, de acuerdo con Galtung (2004) se desprenden dos tipos de violencia: visible e invisible. La primera representa la violencia que se experimenta, en este caso la violencia directa que se ve materializada en el comportamiento de las personas mediante actos violentos: físicos, verbales o psicológicos hacia otros individuos (Galtung, 2004). Por otra parte, la violencia invisible involucra los tipos de violencia donde se engloba a la estructural, que se entiende como la negación de las estructuras o instituciones para satisfacer demandas básicas, y la violencia cultural, que sirve para legitimar otros tipos de violencia mediante aspectos culturales como la religión, las ideologías, el arte, el lenguaje, entre otros (Galtung, 2004). De esta forma, se articula la violencia simbólica que, por medio de estrategias comunicacionales y del conocimiento, acaba generando

un sistema de dominación implícito (Bourdieu, 2000). Por consiguiente, se entiende que la discriminación, la xenofobia y la aporofobia son expresiones de la violencia.

La xenofobia, por su parte, es una expresión de violencia que se caracteriza por el rechazo hacia una persona o grupo debido al origen de quien la sufre. De esta manera, Ulloa-Aiza (2002) la describe como “la intolerancia hacia personas de otras naciones, razas o grupos étnicos distintos al propio” (pg. 175). Esta intolerancia se puede manifestar de diferentes maneras, pero “se exagera si aumenta la masa de desplazados entre fronteras, sea por razones económicas o expulsados por conflictos bélicos; y sobre todo si las migraciones internacionales presionan sobre mercados laborales ya restringidos en los países receptores” (Hopenhayn y Bello, 2001: pg. 5). Por ello, y tomando en cuenta el contexto en el que se encuentra Ecuador y el resto de la región ante la llegada de la comunidad venezolana, se vuelve importante que creen acciones, iniciativas y mecanismos enfocados a mitigar la xenofobia que puede surgir como producto de ello.

De igual forma, otra de las manifestaciones de violencia a las que se exponen las personas en condición de movilidad humana es la aporofobia, la cual como fenómeno se pone de manifiesto también en esta situación. De acuerdo con Cortina (2018), la aporofobia, entendida como el miedo o rechazo a los pobres, es la razón detrás de la xenofobia y la discriminación hacia los migrantes, ya que a estos se los rechaza, principalmente, por su condición de pobreza con la que vienen desde sus países, contraria a la condición de los miles o millones de turistas que recibe las diferentes sociedades receptoras. Ello guarda relación con la entrada de la población venezolana, la cual viene huyendo de una crisis multidimensional y que recibe un gran impacto mediático, contrario a la migración y entrada de otras nacionalidades que buscan asentarse de forma permanente en Ecuador.

Por otro lado, en cuanto a los efectos, la población venezolana recibe una atención ineficiente en los procesos burocráticos, en especial aquellos que guardan relación con trámites migratorios y regularización de su estatus en el país. De acuerdo con International Refugees (2019), que ha catalogado de frágil la respuesta del Estado ecuatoriano para atender a la población venezolana, asegura que este grupo es discriminado y no recibe atención adecuada en diferentes instituciones públicas debido a la estigmatización y rechazo por parte de la población ecuatoriana. Esto dificulta la obtención de visas y refugios para este grupo que llega a Ecuador, lo que conlleva al incumplimiento de las normativas relacionadas con la movilidad humana.

Asimismo, la problemática planteada produce que la población venezolana se vea afectada por la desatención de sus necesidades frente a la emergencia de la pandemia ocasionada por el COVID-19. En este periodo de confinamiento que duró aproximadamente 4 meses, entre un 40% y 60% de la comunidad venezolana manifestaron sufrir necesidades como: limitaciones para acceder a los servicios de salud, escasez de alimento en sus hogares y la pérdida de sus medios de vida. Además de ello, esta situación propició el desalojo forzado de personas venezolanas de sus hogares de alquiler, lo cual no recibió la atención necesaria por parte de las autoridades y que, ante dicho contexto, dejó en situación de calle a muchos de los afectados. De acuerdo con ACNUR (2020), hasta junio de 2020 registró más de 1000 casos de desalojo atendidos (804 por la organización y 321 por la Defensoría del Pueblo). En consecuencia de lo anteriormente mencionado, se produjo el desplazamiento de centenas de ciudadanos venezolanos hacia las diferentes fronteras, muchos de ellos buscando retornar a Venezuela (R4V, 2020b).

De igual forma, la escasa empatía de la comunidad receptora se manifiesta a través de la discriminación y el rechazo hacia las personas venezolanas. Por una parte,

esto genera que los migrantes y refugiados venezolanos sean víctima de diferentes tipos de agresiones, rechazo, precarización laboral e insatisfacción de necesidades básicas como salud o educación. En el Ecuador, 95,5% de estos ha sido víctima de algún tipo de discriminación debido a su condición de extranjero en el trabajo, mientras que el 40% manifiesta haber sido discriminado en su entorno personal debido a su nacionalidad (OIT, 2020; Banco Mundial 2020). Ello se evidencia en las dificultades que presenta esta población para obtener diferentes servicios públicos, a pesar de que Ecuador en su Carta Magna les garantiza el acceso a ellos, y es por esto que actualmente el 56% de los niños, niñas y adolescentes venezolanos en Ecuador se encuentran fuera del sistema educativo (Banco Mundial, 2020). Todo ello perpetúa su condición y vulnera sus derechos básicos, generando brechas de desigualdad entre ambos grupos y relegando a estos a ser ciudadanos de segunda clase.

La ciudadanía es un concepto que se aborda de diferentes formas, especialmente desde la sociología y la jurisprudencia. Para Isin y Wood (1999), la ciudadanía es un estatus que asigna a las personas deberes y derechos, así como un conjunto de prácticas (sociales, culturales, simbólicas, económicas, etc.) que definen la pertenencia de los individuos a un sistema político determinado. Para estos autores, la identidad juega un rol importante, ya que esta característica puede definir qué derechos y deberes sociales y políticos se le pueden reconocer a un individuo. De esta manera, la ciudadanía plena es la figura bajo la cual un individuo puede gozar y ejercer completamente de su estatus y prácticas dentro del sistema político. Por lo tanto, se entiende que una o un ciudadano de segunda clase es aquel individuo que es reconocido como tal dentro del sistema político, pero que, a pesar de ello, no goza ni ejerce sus derechos y deberes por completo. En el caso ecuatoriano, como se mencionó anteriormente, a las y los ciudadanos venezolanos, al ser un grupo prioritario reconocido por la constitución, se



les otorga derechos y deberes; no obstante, como se ha demostrado, no pueden gozar ni ejercer estos como corresponde.

En todo este contexto, el concepto de la otredad abordado por Bourdieu (1988) juega un rol importante. Este autor define a la otredad como la idea que surge como resultado de un sistema de representaciones basado en las interpretaciones que el sujeto hace sobre sí mismo y el mundo social que lo rodea, a través del cual da sentido a su identidad propia y se distingue de aquellos que percibe como ajenos a ella. En el caso del inmigrante, por no ser vinculado dentro de un espacio dado debido a su diferencia de lugar de origen, son constantemente vistos como una problemática en el país que ingresa, causando incertidumbre y siendo percibidos como intrusos (Creus, 2012). Entonces el otro es todo aquel que no sea percibido como igual, como el caso de los diferentes migrantes que llegan al Ecuador.

De igual forma, el concepto de las comunidades imaginarias de Benedict Anderson (1983) sirve para explicar la naturaleza de esta problemática. Con este concepto, Anderson hace referencia a las naciones, las cuales son un constructo social aceptado por el grupo de personas que pertenecen a dicha comunidad, la cual genera un sentido de pertenencia entre sus miembros, a pesar de que estos no se conozcan y la única relación entre estos sea un sistema de identidad compartido. De igual forma, se explica que estas comunidades son creadas y responden a intereses económicos y políticos, los cual se realiza a través de un proceso de comunicación masiva mediante el cual las masas se vuelven conscientes de la existencia de su pertenencia. En este sentido, la idea de la nacionalidad ecuatoriana y venezolana son construcciones sociales bajo un sistema identitario imaginario, del cual parte el sentido de otredad y la discriminación entre unos y otros.

A pesar de todo ello, y al igual que en el resto del mundo, dentro del Ecuador, existen varias organizaciones sin fines de lucro que se encargan de las personas en situación de movilidad humana. Esta, aunque resulta poco atendida por distintos sectores públicos, cuenta con un apoyo constante por parte de iniciativas sociales. De este modo, una gran parte de la ayuda que recibe la población en condición de movilidad humana en el Ecuador es de carácter directa, ya que se encargan principalmente de entregar alimentos y otros elementos de primera necesidad, dar albergue o atención médica, asistencia legal, etc. También Algunas organizaciones incluyen dentro de sus servicios a programas de inclusión y adaptación, donde se busca apoyar el proceso de inserción social de las personas de la comunidad venezolana hacia la sociedad ecuatoriana e, incluso, algunas incluyen trabajo conjunto con comunidades de acogida en las diferentes ciudades del país.

No obstante, debido al contexto nacional y global ocasionado por la pandemia del COVID-19 que impide la presencialidad de las actividades ante el riesgo de contagio, ciertas actividades enfocadas en promover la inclusión han sido suspendidas. Por ello, la mayoría de las organizaciones se han enfocado en brindar atención directa a las necesidades de esta población que han surgido y han sido ocasionadas por el mismo contexto. Entre las organizaciones principales, tanto a nivel nacional y en Guayaquil, se pueden destacar las siguientes: Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la Organización Hebrea para Ayuda a Inmigrantes y Refugiados (HIAS por sus siglas en inglés), El *Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos* (CDH), Hogar de Cristo y su iniciativa de Un Techo para el Camino.

Del mismo modo, es importante considerar que estas organizaciones poseen diferentes canales de comunicación, como redes sociales, donde se difunde contenido extraído de las actividades realizadas, así como también de las personas con las que

trabajan. ACNUR, por ejemplo, se caracteriza por presentar historias de vida dentro de sus redes. Sin embargo, un problema identificado en este aspecto es que no poseen difusión suficiente. Ello se debe a que las demás actividades representan tanto trabajo que resulta secundario expandir el contenido que poseen. Es así, que, considerando el tipo de ayuda y esfuerzos de las fundaciones y organizaciones en relación con esta población, así como del contexto ecuatoriano actual, se vuelve necesario la creación de estrategias comunicacionales que logren empatizar a la sociedad receptora respecto a la situación de las personas en condición de movilidad humana.

Por otro lado, existen iniciativas, tanto a nivel local como internacional, que buscan generar empatía con respecto a la movilidad humana o relacionadas con las narrativas de historias de vida. De acuerdo con Granados et al (2016), las historias de vida sirven para “describir de manera dialéctica el acontecer cotidiano, las tramas del existir, las maneras como los sujetos sobreviven y reconstruyen la vida mediante complejos procesos de interpretación de las situaciones históricas” (pg. 5), describiendo que por medio de dichos relatos “el sujeto se comprende a sí mismo y el mundo social en el que habita” (pg. 2). A continuación, se detallarán algunas de estas iniciativas desde el ámbito comunicacional:

En primer lugar, *Migrar es tocar tierra* fue un proyecto de fotografía y exposición que fue trabajado por el fotógrafo Edu León, de nacionalidad española, y que buscó generar empatía ante la reacción de los ecuatorianos frente a la llegada de venezolanos al país. No obstante, también generó fotos e historias que reflejan la migración ecuatoriana dentro de países como España y Estados Unidos para que las personas pudiesen entender que no es una decisión voluntaria dejar un país, sino en su mayoría, una decisión desesperada. La exposición se presentó en diferentes partes del país.

Del mismo modo, *ArteTV* es un canal francoalemán que posee programas culturales en seis idiomas, las producciones son hechas por europeos, justamente, porque busca generar unión y apoyo con respecto al talento local. Este medio busca generar contenido colaborativo en el que la nacionalidad pierde importancia, con el objetivo de lograr desarrollo cultural y respeto, en un contexto donde, tras varias décadas de acabada la Segunda Guerra Mundial, Francia y Alemania mantenían un grado de enemistad. De ello, se logra destacar la binacionalidad de este medio y su esfuerzo por crear contenido cultural para ambas partes.

Por otra parte, *Humans of New York* es un proyecto que busca retratar a través de historias y fotografías la vida de diferentes personas de Nueva York, ciudad caracterizada por ser una gran metrópoli donde conviven millones de personas de realidades diversas. La respuesta a este proyecto ha sido positiva, ya que actualmente tiene aproximadamente 10.7 millones de seguidores e incluso se produjo un libro que contiene cientos de historias que fueron capturadas alrededor del mundo. De esta iniciativa, se destaca el espacio de expresión generando a las diversas personas y sus historias de vida.

Asimismo, *Cuentos de Libertad* es otra iniciativa relevante en este contexto, debido a que este fue un proyecto que trabajó con personas privadas de libertad en cárceles para que contaran su historia de vida a sus hijos a manera de cuentos. El proyecto fue llevado a cabo por la agencia Publicitas Saatchi&Saatchi y el Ministerio de Justicia de Ecuador. Un cuentista infantil fue quien los ayudó a lograr plasmar su voz dentro de este proyecto que generó cuentos, pero también contenido radial, podcasts, entre otros. De esta forma, se destaca la importancia de trabajar con las personas para que estos generen sus propias historias.

En línea de las iniciativas, *Midnight Gospel* es un programa de Netflix que reproduce podcast a modo de animaciones con diferentes experiencias y conversaciones reales de personas. De esta, se destaca la presentación de diferentes contenidos basados en historias de vida a través de diferentes formatos, aplicando un enfoque de resiliencia.

Desde la comunicación, estas iniciativas permiten conocer diferentes formas en que las historias de vida y la movilidad humana pueden ser abordadas. Dichas iniciativas son referentes que permitieron crear una estrategia enfocadas a cambiar la visión desde el cual se trata generalmente a la comunidad venezolana en condición de movilidad humana en Ecuador. Dado ello, para el desarrollo de este proyecto se buscó generar un espacio comunicacional y de representatividad que, considerando las iniciativas antes mencionadas, logre cubrir este ámbito que no puede ser abordado por las organizaciones que atienden a la población venezolana.

## **Hipótesis de Mejora**

A partir de la problemática anteriormente expuesta con relación a la población venezolana en Ecuador, y tomando en cuenta sus causas y efectos, el presente proyecto parte de la hipótesis de mejora siguiente: dicha escasa empatía que tiene la comunidad receptora guayaquileña hacia la comunidad venezolana en condición de movilidad humana puede ser mejorada a través de la creación y difusión de contenido de valor. De esta manera, se tiene como finalidad contribuir al establecimiento de un trato equitativo que impida la vulneración de los derechos de este grupo en el país, el cual permita evidenciar la inclusión de la comunidad venezolana en la sociedad receptora, la satisfacción de sus necesidades básicas y cumplimiento de sus derechos fundamentales reconocidos en su legislación, como la constitución ecuatoriana y la Ley Orgánica de Movilidad Humana vigente. Por ello, el propósito de este apunta a mejorar la empatía de la comunidad receptora, en este caso guayaquileña, hacia las personas venezolanas y sus diversas realidades, teniéndose como indicadores de aquello al incremento de comentarios positivos sobre personas venezolanas en redes sociales y al aumento de la exposición de su realidad en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales.

Es así, que se propuso la creación de un medio de comunicación que sirva a manera de canal para exponer historias de vida de la comunidad venezolana en Guayaquil y la comunidad receptora local, siendo las y los integrantes de esta quienes también generaron su propio contenido, de forma que el medio sirvió como una plataforma para que puedan expresarse y participar activamente en diferentes temáticas. Para ello, se planteó una ruta de actividades con el objetivo de lanzar dicho medio, entre las cuales se encuentran: investigación sobre medios de comunicación digitales y su funcionamiento, crecimiento, mantenimiento y sostenibilidad; la definición de los públicos objetivos, estrategias de comunicación y tipo de contenido, junto con la

creación de campañas comunicativas; el diseño del medio y su formato; y, para su implementación, la creación de redes sociales y establecimiento de estrategias comunicativas, acompañadas por una campaña de lanzamiento para el medio. Por consiguiente, los avances de estas actividades serán evaluados a través del tráfico web e interacciones de la página del medio, y el tamaño de la comunidad, interacciones y engagement (compromiso) generado en redes sociales.

Además de ello, como se ha explicado antes, se busca que las y los beneficiarios participen activamente en este medio, con el fin de que el proyecto sea inclusivo, por lo que se planteó la ejecución de talleres virtuales para a la creación y difusión de narrativas de historias de vida. Partiendo de ello, se planearon las siguientes actividades: el establecimiento de un diálogo, de manera telepresencial, con las diferentes organizaciones que trabajan junto a esta población para crear una base de datos de asistentes a los talleres; la realización del diseño de estos con contenido enfocado en las temáticas antes mencionadas, lo cual incluye la elección de la metodología, su tiempo de duración, actividades y los expertos que los impartirán; y, por último, su ejecución aplicando el diseño creado, de forma que se cree contenido para el medio desde los beneficiarios. Por ende, para darle seguimiento a esta etapa del proyecto, se tuvo como indicadores a la cantidad de talleres dados y de las personas que participen en estos, así como se tomará en cuenta el nivel de satisfacción de las y los participantes y los conocimientos adquiridos por estos.

Por último, se creó y se difundió historias y contenido diversificado dentro del medio y sus diferentes redes sociales, con testimonios y aportes de la comunidad venezolana y la receptora. Para esto, se realizaron entrevistas a miembros de las comunidades antes mencionadas; se creó contenido en formato audiovisual con datos de investigación que permitan esclarecer mitos o ideas del imaginario colectivo de la

comunidad receptora; se expusieron diferentes aportes de la población venezolana en Guayaquil; y se hizo uso de diferentes formatos y herramientas para crear y difundir el contenido, como los podcasts, videos, imágenes e infografías, animaciones, entre otras. Las piezas de contenido creadas son evaluadas por una rúbrica que mide en un rango del 1 al 5 la calidad del contenido narrativo-vivencial e informativo, de acuerdo con los lineamientos establecidos en los manuales de marca y estilo del medio.



## **Reconstrucción Histórica de la Experiencia**

### **Construcción de la Idea, Concepto y Marca**

Para dar inicio al proyecto, se empezó con la creación de la idea, teniendo como guía el objetivo del proyecto y el contexto de pandemia donde se desarrolla, que limita. De esa forma, se realizó una investigación sobre medios de comunicación y la generación de inclusión social a partir de ellos, gracias a la cual se decidió que este sea digital, comunitario y bicultural. Por un lado, los medios digitales son aquellas plataformas de comunicación que permiten la interacción entre usuarios a través del intercambio de información (texto, contenido multimedia, etc.) y funcionan por medio de dispositivos electrónicos (Díaz-Noci, 2008). Los medios de comunicación comunitarios son plataformas comunicacionales que funcionan a manera de agentes de cambio social, cuyas visiones buscan ser más comprometida con las realidades locales donde operan y pretenden escapar de representaciones sociales que entregan los grandes medios de comunicación, caracterizándose por ser canales de participación y de ejercicio de poder que logran transformar las experiencias individuales en visiones compartidas, las cuales aportan en el proceso de la construcción de una comunidad (Cabalin, 2010; Milan, 2006). De igual forma se tomó en cuenta el proceso de hibridación cultural, entendido como la mezcla de dos culturas distintas en un espacio determinado causada por diferentes factores (siendo uno de los más importantes la movilidad humana), y el rol que tienen los medios de comunicación dentro de dicho proceso como mediadores y mediatizadores de las interacciones sociales (García-Canclini, 1990). Es decir, se creó una plataforma digital sobre la cual las comunidades receptora y venezolana puedan participar de forma conjunta en la creación y difusión de contenido a través de internet que les otorgue representatividad y exponga la mezcla cultural surgida.

Una vez creada la idea para el medio de comunicación, se elaboró el concepto para posteriormente crear la marca. Para la elaboración de este se tomó en cuenta una de las características del medio: la generación de una comunidad caracterizada por la biculturalidad. De esta forma, se partió del concepto de comunidad, entendida como la integración de individuos que comparten un sentido de pertenencia y que su existencia se sustenta en el encuentro recurrente de estos en un espacio determinado (García-Blanco, 2002; Cáceres-Zapatero, Brändle-Señán y Ruiz-San Román, 2017). Por consiguiente, se pensó en los conceptos de espacio y lugar, los cuales son descritos por Tuan (1977), siendo el espacio entendido como una entidad abstracta definida por lugares y objetos donde las personas experimentan, y los lugares vistos como espacios cargados de significados y valor simbólico en los que las personas crean experiencias. Dado ello, se estableció la idea del medio como un espacio virtual, siendo los canales de comunicación de este lugares donde ambas comunidades convergen, con el fin de que estas puedan compartir sus conocimientos, talentos, experiencias y culturas.

Luego de ello, se procedió a tomar referencias de lugares que tengan relación con el concepto anteriormente planteado, entre los cuales surgieron las esquinas, aceras, barrios, o demás sitios que hagan referencia a espacios públicos; no obstante, luego de una discusión se decidió optar por el de las aceras, coloquialmente llamadas veredas, debido a su definición y concepto. Las aceras o veredas son, de acuerdo con Fainkuchen (2012), lugares públicos en los que se realizan una variedad de actividades que las dotan de un alto nivel de representatividad. Dentro de la clasificación de lugares públicos que conforman el paisaje urbano, según Lynch (2008), estas son categorizadas como sendas urbanas que se caracterizan por ser canales a través de los cuales se mueven y conectan las y los individuos, quienes son observadores y actores al mismo tiempo de lo que ocurre en ellas. De esta forma, el concepto de las aceras es el que mejor se adapta para

el medio de comunicación, por lo que, apelando al lenguaje coloquial, se eligió el nombre La Vereda y, subsecuentemente, todo el proceso creativo para crear la marca se basó en ello.

Partiendo de todos esos significados de vereda, se procedió con la construcción de un Manual de Marca, para lo cual se creó un logotipo con elementos, colores y tipografías acorde al concepto de esta, los mismos que se fueron construyendo de manera orgánica, para otorgar una imagen de un espacio donde los usuarios se sientan en confianza, con un tono cálido, sin saturar de muchos elementos.

En primer lugar, el logo de La Vereda fue elaborado a partir de una observación cualitativa en diferentes zonas de la ciudad que permitió identificar los distintos elementos que conforman el paisaje urbano e imagen de Guayaquil. De acuerdo con Eddy (2008), Patton (2002) y Grinnell (1997), la observación cualitativa permite “explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan” (como se citó en Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Como resultado de ese ejercicio de observación, se decidió incorporar al poste eléctrico dentro del logo, no solo por ser uno de los elementos que se presentan comúnmente en entornos urbanos de la ciudad, sino que también por el significado que tiene para los individuos que transitan por ellas, ya que estos también son usados generalmente como un canal de comunicación alternativo para transmitir información, ya sea desde anuncios publicitarios, carteles, señaléticas de tránsito, entre otros. Posteriormente, se creó una tipografía a mano que luego fue digitalizada, la cual ejemplifica los escritos o textos que pueden ser encontrados en la calle, paredes, murales, entre otros, de acuerdo con una investigación tipográfica de Guayaquil (Acosta, s.f) y la observación realizada.

Por otro lado, la cromática que se usó parte de colores cálidos y neutros para darle armonía, evitando el uso de colores muy saturados (ver Figura 1). Los colores que se usaron son: amarillo en dos tonalidades y escala de grises. Estos fueron elegidos debido a su significancia para la psicología del color, de acuerdo con Pawlik y Fortea (1996), los mismos que son asociados de la siguiente manera: amarillos representan alegría, optimismo y energía; mientras que el color blanco paz, pureza; y el color negro, seriedad, elegancia y nobleza. Todo ello va acorde a lo que se busca representar en La Vereda.

### **Figura 1**

*Logo de La Vereda.*



Una vez establecidos los elementos y cromática se procedió a la elaboración de un Manual de Marca que permite ver todos los parámetros y usos permitidos de la marca para el buen manejo de su identidad. Este manual contiene conceptos de los elementos, color y tipografía. Una sección de usos permitidos en todas los soportes que el logo puede ser aplicado en base a la cromática y, por último, la aplicación de la línea gráfica en medios de comunicación digitales e impresos.

*Producto: Manual de Identidad de Marca La Vereda*

**Figura 2**

*Portada del Manual de Marca*



**Figura 3**

*Tipografía*



**Figura 4**

*Usos incorrectos del logo*



**Figura 5**

*Usos permitidos en variante en versiones de color*



**Figura 6**

*Usos permitidos en variante en versiones de colores alternos*

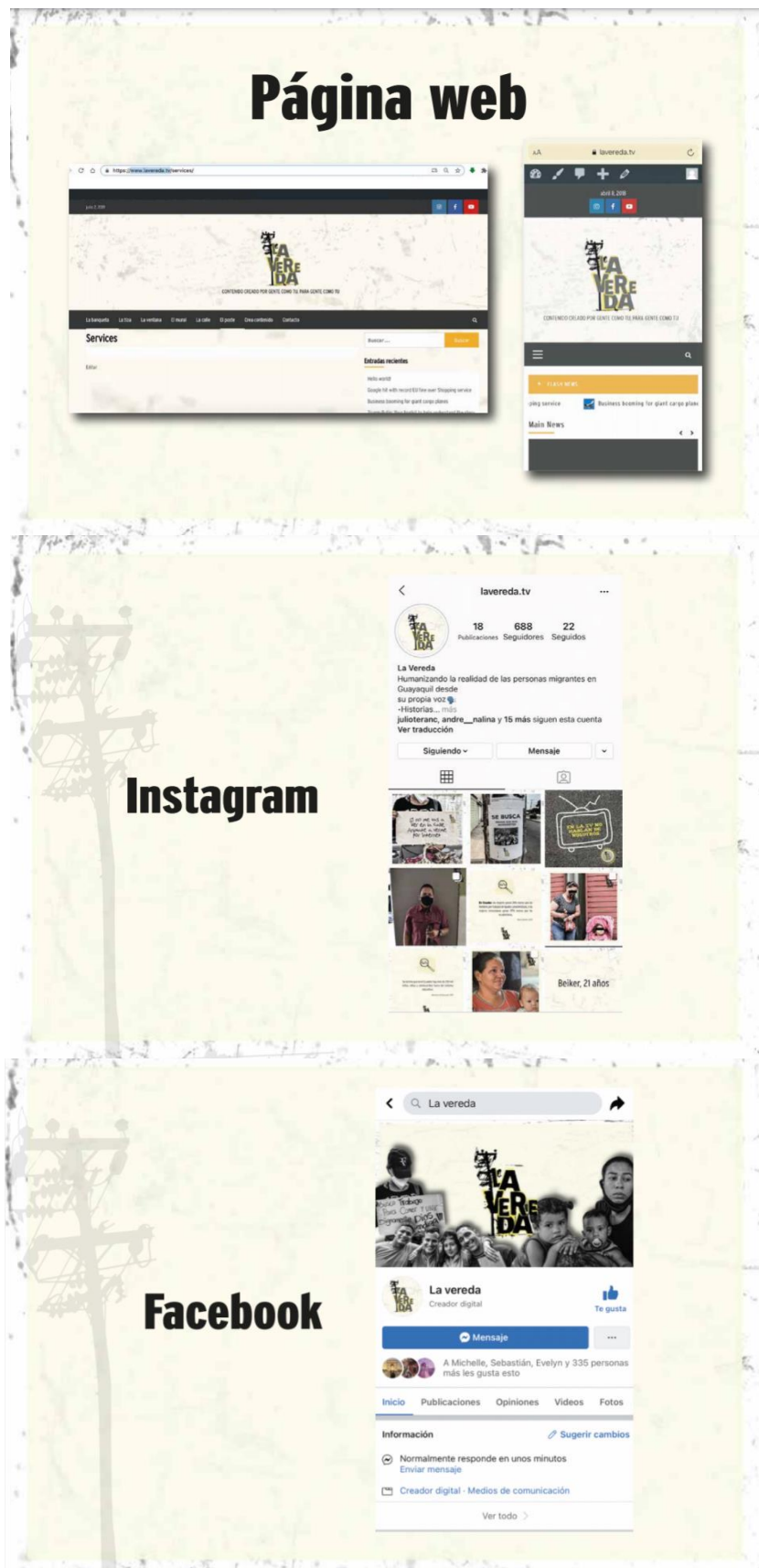
**Figura 7**

*Aplicación del logo en piezas gráficas*



**Figura 8**

*Aplicación del logo en sitio web y redes sociales*





**Figura 9***Papelería***Construcción de Canales de Comunicación**

Una vez definidos el concepto y la idea, se procedió con la construcción de los canales de comunicación. En este caso se decidió crear una plataforma o página web que sirva como canal donde se publique el contenido creado por el medio, las comunidades venezolana y receptora, y demás actores sociales involucrados como organizaciones de la sociedad civil, proyectos, entre otros. Del mismo modo se crearon cuentas de redes sociales que permita funcionar como canales para lograr alcance, posicionar el medio en el público objetivo y generar tráfico hacia la página web.

Previo a la creación de las redes, se consideró definir públicos objetivos para el medio. Para ello se elaboraron perfiles de público objetivos, los cuales pueden ser divididos en dos grandes grupos: personas venezolanas y personas de la comunidad receptora de Guayaquil, de entre 18 y 34 años que usen redes sociales. La comunidad venezolana es considerada como un grupo objetivo importante ya que, debido a la finalidad del proyecto, pueden tener mayor interés, por lo que se vuelve importante

captar la atención de este público para generar comunidad en redes, generar tráfico y obtener participantes para la creación y difusión de contenido. Mientras que, por el lado de la comunidad receptora, esta fue subdivida en tres grupos en base a sus intereses y actitudes frente a la comunidad venezolana: personas que empatizan con la situación de movilidad humana de la comunidad venezolana en Ecuador; personas que se muestran indiferentes o que mantienen una posición neutral respecto a la temática; y personas que rechazan la llegada de personas venezolanas y que, por lo tanto, pueden tender a tener reacciones xenofóbicas o discriminatorias con este grupo.

Primero fueron creadas las redes sociales del medio: Instagram, Facebook y Youtube. Las primeras dos sirvieron como canales de comunicación para el medio, mientras que la tercera fue creada para subir vídeos que serían publicados a través del sitio web, de manera que se pueda obtener estadísticas sobre la reproducción de los vídeos y que, al no estar subidos directamente al sitio web, ello ayude a mantener la velocidad de este en buena condición. Se decidió trabajar con Facebook e Instagram por dos razones principales: en primer lugar, por su utilidad, ya que ambas son plataformas diseñadas para el consumo de contenido mediático, especialmente de entretenimiento, y permiten interactuar con el público; en segundo lugar, son las redes sociales más usadas en el Ecuador, teniendo Facebook más de 13 millones de usuarios e Instagram más de 4 millones (Alcázar, 2020). Se decidió no trabajar con otras redes sociales ya sea por su alcance limitado o porque el tipo de contenido que buscaba generar el proyecto no es principalmente consumido en estos, como es el caso de Twitter enfocada en microblogging y contenido informativo, y que tiene aproximadamente 900 mil usuarios en Ecuador (Moll de Alba, 2015; Alcázar, 2020).

Una vez creadas las redes sociales para el medio, se decidió generar una comunidad base de seguidores para el caso de Instagram y fans para Facebook. De esta

manera, para lograr los primeros usuarios en ambas redes, se creó un comunicado que fue difundido vía mensajería instantánea a personas allegadas de los integrantes del proyecto. Es así como se lograron obtener los primeros 400 seguidores en Instagram y los primeros 250 fans en Facebook. A partir de ello, las primeras publicaciones de La Vereda fueron difundidas y esta base de seguidores ayudó a que, por medio de las comparticiones de las publicaciones de La Vereda, la comunidad en redes creciera.

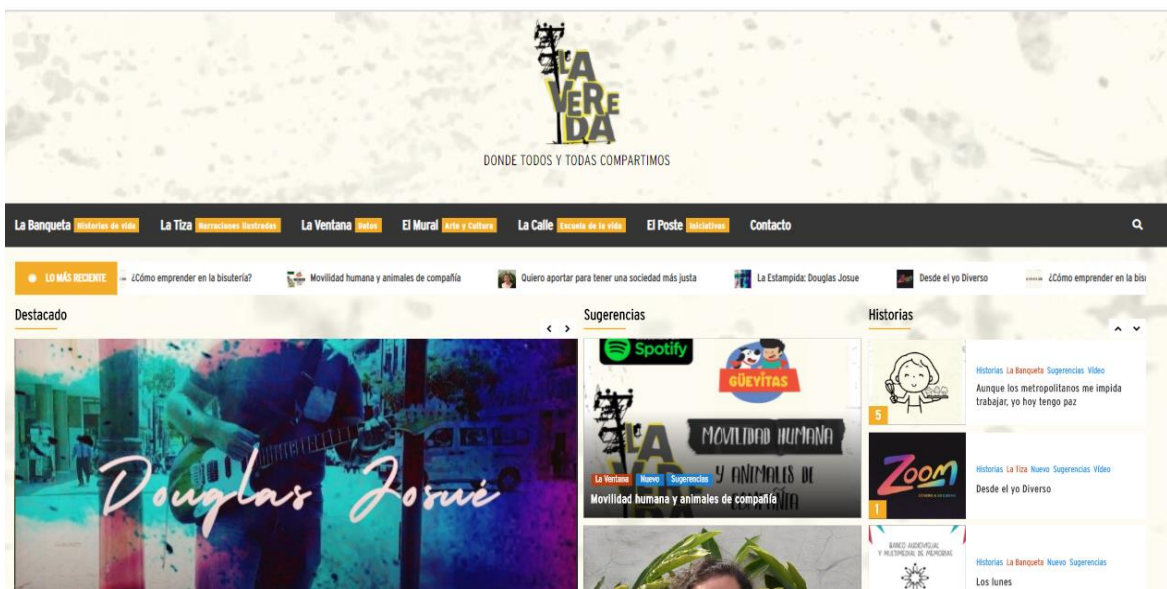
Por otro lado, el sitio web del medio fue creado bajo el dominio de LAVEREDA.TV usando el CMS (sistema de gestión de contenidos) de Wordpress, mediante el uso de la plataforma CPANEL adquirida con el hosting GoDaddy. De acuerdo con Rooksby (2015), la elección es del dominio es importante para el posicionamiento de una marca, y de ello depende la cantidad de visitas que esta reciba y que tan rápido puede ser memorizada, por lo que generalmente los desarrolladores buscan tener direcciones o URLs breves y sencillas, generalmente con extensiones comunes como .COM, .NET o .ORG. Por una parte, se eligió el dominio debido a dos razones principales: primero, el dominio elegido es corto y engloba el nombre completo de la marca, sin símbolos o caracteres extras que dificulten su memorización, por lo que goza de facilidad para posicionarse en la mente de los consumidores; segundo, la extensión .TV es usada frecuentemente por medios de comunicación y marcas creadoras de contenido mediático, lo cual facilita que los consumidores asocien a La Vereda con un medio de comunicación o marca creadora de contenido.

Previo al desarrollo del sitio web, se había creado un diseño o prototipo que incorporaba elementos culturales, un landing page o página de aterrizaje y una presentación personalizada para cada página dentro de este; no obstante, debido al escaso conocimiento sobre desarrollo de sitios web dentro del equipo, se decidió elegir una opción que sea sencilla para crear, manejar y configurar por parte de las y los

integrantes. Según Martínez-Arias y Parra-Valcarce (2020), el uso de Wordpress como CMS para proyectos comunicacionales y educativos es recomendable debido a su facilidad, flexibilidad y su disponibilidad de forma gratuita, especialmente para principiantes por contar con plantillas y temas que pueden ser adaptados. De esta forma, tomando en cuenta las habilidades y destrezas dentro del equipo del proyecto en el desarrollo de páginas web y la finalidad y funcionalidad, la plataforma fue creada a través de Wordpress usando la plantilla HardNews de AF Themes diseñada para medios de comunicación, lo cual implicaba beneficios como la facilidad de manejo, no requerimiento de herramientas ni conocimientos de programación y que su funcionalidad concuerda con el fin del proyecto; no obstante, se presentaron dificultades como limitaciones para adaptar esta plantilla a ciertos elementos de la línea gráfica, incorporar elementos culturales, crear el landing page o personalizar diferentes páginas. De esta manera, el sitio web (ver Figura 2) fue terminado y posteriormente lanzado al público el 12 de octubre.

### Figura 10

*Página de inicio del sitio web LAVEREDA.TV.*



El sitio web cuenta con un menú donde se encuentran las diferentes secciones de la parrilla de contenido, una página de contacto y otra página para recibir talleres de forma gratuita para la creación y difusión de contenido. Además de ello, se creó una página de inicio en la que se encuentra contenido de diferentes secciones y se resalta las nuevas entradas, sugerencias, y otras categorías como historias, vídeos, reportajes, tutoriales, entre otras.

Para el lanzamiento oficial de LAVEREDA.TV se planificó (Anexo 13) y se realizó un evento cerrado vía ZOOM, al cual se invitó a miembros de organizaciones y proyectos de aplicación profesional que participan en La Vereda, y a las y los creadores de contenido de las comunidades venezolana y receptora. En dicho evento, se socializó sobre el proyecto, se presentó el sitio web, y las y los creadores de contenido contaron sobre su experiencia participando de este proceso.

Para el seguimiento de los canales de comunicación se establecieron diferentes indicadores de gestión. Para el caso de las redes sociales, se definieron como indicadores el tamaño de la comunidad, la cantidad de interacciones y el engagement, los cuales pueden ser obtenidos por medio de herramientas dentro de las mismas redes sociales. Mientras que para el sitio web se decidió medir el tráfico web, es decir la cantidad visitas al sitio, por lo que se vinculó la plataforma con Google Analytics para obtener reportes en base a esos indicadores.

Una vez construidos los canales de comunicación, se comenzó con la creación de la estrategia de comunicación. La Vereda es un medio bicultural que radica en la generación de contenido de valor. Este medio busca que se empaticen con la comunidad venezolana a través de la visibilización de narrativas o historias de vida, aunque no de manera exclusiva. Si bien la instrucción de este proyecto de aplicación profesional es

difundir estas narrativas de vida, el propósito de ello es profundizar y expandir el imaginario colectivo que tienen las y los ecuatorianos con respecto a personas venezolanas, para así aumentar la empatía hacia este grupo específico. Es por ello, que se aprovechó el medio para generar una variedad de categorías de contenido que permitan expandir dicho imaginario, más allá de las historias de vida.

Las distintas categorías de contenido generados para el sitio web llevan nombres que hacen alusión a elementos urbanos con el fin de ligarlos conceptualmente, y esas categorías son las siguientes:

***La Banqueta.*** Esta categoría es el nombre que se asignó para el contenido de historias de vida. Hace referencia a los bancos o asientos urbanos donde las personas se sientan a conversar y empatizar con otras.

***La Tiza.*** Esta categoría es el nombre que se designó para las narraciones ilustradas. Hace referencia al arte de tiza, un tipo de ilustración callejera.

***La Ventana.*** Esta categoría es para los datos o investigaciones, reportajes e investigación. Hace referencia a *dar un vistazo a la ventana de otros*, descubrir nuevas realidades.

***El Mural.*** Esta categoría es el nombre designado para contenidos relacionados al arte y la cultura. Hace referencia al muralismo, un tipo de arte urbano.

***La Calle.*** Esta categoría es para contenidos relacionados a tutoriales creados por la comunidad venezolana o la comunidad receptora. Conceptualizando bajo la idea de la calle como la escuela de la vida.

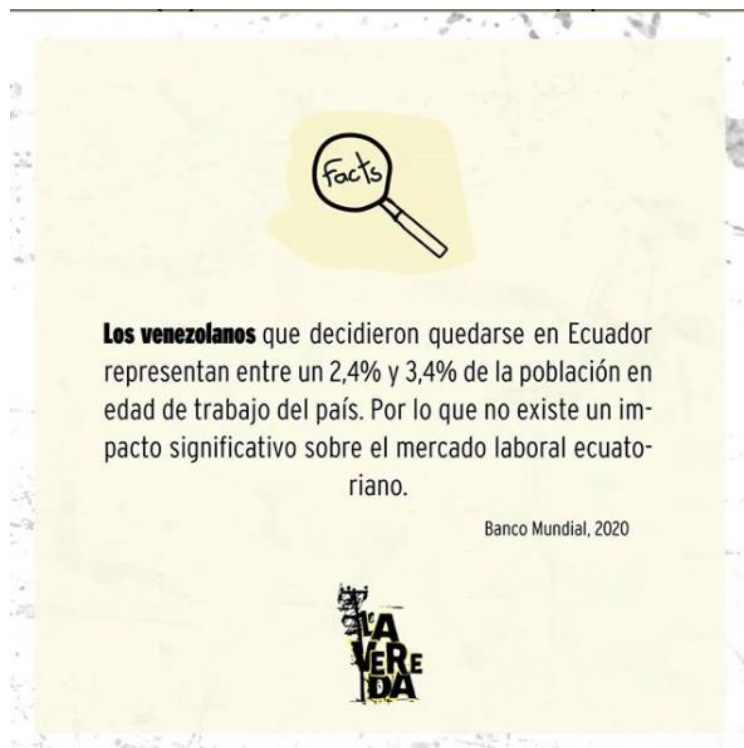
***El Poste.*** Esta categoría es el nombre designado para reflejar iniciativas o emprendimientos de la comunidad venezolana o receptora, así como de organizaciones

y demás actores de la sociedad. Hace referencia a los emprendimientos e iniciativas que se promocionan a través de los postes alrededor de la ciudad.

En el caso de las redes sociales, en los meses previos al lanzamiento del sitio web, el medio publicaba dos tipos de contenido: datos e historias de vida. Para la categoría de datos, se publicaron información comprobada por Banco Mundial, OIM y otras fuentes que cuentan con investigaciones sobre la población venezolana en Ecuador (Figura 3). Ello con el objetivo de desmentir distintos prejuicios que existen alrededor de esta comunidad.

### Figura 11

*Contenido informativo para redes sociales.*



El segundo tipo de contenido, Historias de Vida, consistía en promover distintas historias o realidades obtenidas mediante entrevistas a personas que laboran en las calles, con el objetivo de acercar a la audiencia a estas realidades a nivel individual, con su historia redactada en la descripción de la pieza (ver Figura 4).

**Figura 12**

*Contenido con historias de vida para redes sociales*



Por ello, se vuelve oportuno aplicar un enfoque para la difusión de historias de vida pertinente al propósito del medio. De acuerdo con Fernandez-D'Andrea (2016), las prácticas de narrativas de comunidades excluidas deben tener “un enfoque respetuoso, crítico y no culpabilizador, hacia las personas y comunidades marginadas” (pg. 10), entendiendo que detrás de sus historias, a pesar de que lleven una carga grande de problemas (mostrados y usados en los discursos dominantes con el objetivo de asignar sentidos y haciendo uso de un lenguaje desvirtuado que crea realidades y cosifica al individuo), existen también aquellas historias que no gozan de visibilidad y que deben ser rastreadas. Dado ello, para la redacción de las historias de vida que fueron recolectadas por entrevistas o para las piezas de contenido creadas por participantes, se decidió aplicar el enfoque de resiliencia.

Para este propósito se usará el enfoque de resiliencia como proceso de humanización. De acuerdo con Granados (2016), este enfoque ve más allá de la visión simplista de este concepto, ya que no la contempla únicamente como una resistencia o



fortalecimiento de la persona en medio de una situación adversa, sino que, bajo este, la resiliencia “está llamada a develar situaciones en las que la adversidad esconde tensiones y conflictos propios de sociedades excluyentes e inequitativas” (pg.3-4). De esta forma, las historias difundidas muestran una visión distinta a la de otros medios, sin dejar de evidenciar la inequidad a la que se enfrenta esta población, pero haciendo énfasis en como desde su posición estas personas hacen frente a la adversidad propias de situaciones que permiten conectar con el usuario.

Una vez generada una audiencia con estos dos tipos de contenido, se idearon campañas y piezas de comunicación para resolver necesidades específicas del medio. La primera campaña realizada fue una de reconocimiento, con el objetivo de generar conciencia sobre la falta de representación de la comunidad venezolana en condición de movilidad humana en los medios de comunicación ecuatorianos y hacer conocer la finalidad del proyecto La Vereda. Se seleccionó como grupo objetivo a personas de entre 18 y 34 años de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se generaron cuatro piezas publicitarias para cumplir con este objetivo (ver Figura 5), las cuales utilizaron distintos medios comunicacionales del entorno urbano.

### ***Figura 13***

*Campaña de conocimiento de arte tiza en las calles y afiches en postes de electricidad.*



Las piezas mantienen consistencia con la identidad de marca planteada, la cual referencia constantemente elementos urbanos. El segundo post, que utilizaba el elemento del poste eléctrico, fue pautaado con un total \$10 por un periodo de 5 días. En Instagram se obtuvo como resultado un alcance de 530 usuarios, de los cuáles 26 personas visitaron el perfil, y en el caso de Facebook, se alcanzaron a 17,455 usuarios, de los cuales 2135 interactuaron con el post.

Después, se realizó una publicación sobre la celebración del bicentenario de la independencia de Guayaquil, con el objetivo de generar conciencia sobre el rol de la movilidad humana en el proceso de surgimiento y construcción de la sociedad guayaquileña y conseguir más interacciones en el medio. Se realizó una pauta de \$9 a esta publicación en la plataforma Instagram, obteniendo un total de 215 interacciones, 20 seguimientos y un alcance de 7960 usuarios.

Para la segunda campaña se planteó el objetivo de generar expectativa para el lanzamiento del sitio web, LAVEREDA.TV, para lo cual se seleccionó el mismo grupo objetivo de las promociones anteriores. Esta campaña se basó conceptualmente en la observación de que los medios de comunicación suelen circular narrativas triviales, pero no les dan la oportunidad a narrativas más profundas como la realidad personal de las personas en condición de movilidad humana provenientes de Venezuela. Para ello se utilizó fragmentos de noticias triviales de medios de comunicación digitales como Zoom.ec y El Universo, el primero de estos siendo una noticia sobre la falsa candidatura a la vicepresidencia, Julissa Astudillo, que fue tendencia mediática en su momento. Mientras que para la segunda pieza publicitaria se usó un video informativo sobre el juego tendencia del momento, Among Us. Consecuentemente el video, que simulaba ser una noticia de estos medios, es interrumpido repentinamente por un mensaje, generando disrupción en la narrativa planteada por los medios ya mencionados, y comunicando

que las personas en condición de movilidad humana van a visibilizar sus realidades por su propia cuenta el día 12 de octubre, fecha de lanzamiento del sitio web.

Una vez lanzado el sitio web, se realizó un video promocional con el objetivo de promover el mismo y conseguir mayor interacción. El video contaba con la voz de una variedad de voluntarios de la comunidad venezolana y guayaquileña, definiendo desde sus propias perspectivas lo que representaba para ellos La Vereda. El video cierra comunicando que *La Vereda ahora cuenta con sitio web*, dando a conocer sobre el sitio web lanzado con contenido generado por la comunidad de personas en condición de movilidad humana y la comunidad receptora guayaquileña, e invita al usuario a formar parte de ella entrando al enlace de LAVEREDA.TV. Este post promocional fue pautaado con \$6 de presupuesto por un periodo de 3 días, llegando a un alcance de 4011 personas en Facebook, de las cuales 2935 personas vieron el video de principio a fin, y consiguiendo un total de 3365 interacciones. En el caso de Instagram, se alcanzaron 8685 personas, consiguiendo un total de 254 interacciones con un presupuesto de \$12 en un periodo de 17 días.

De igual forma, se utilizaron las redes para promover contenido del sitio web, generando publicaciones de contenido cortado a manera de expectativa para motivar el tráfico hacia la página web. También, como parte de esta etapa post lanzamiento del medio, se realizó un boletín de prensa, el cual fue enviado a diferentes medios de comunicación, logrando un espacio en Radio I99, en el que se habló sobre el proyecto y la página web, incentivando a las personas para que visiten los diferentes canales de comunicación.

Por último, para conocer la respuesta de las personas respecto al contenido creado y difundido en las redes sociales y el sitio web durante el tiempo que se ejecutó

el proyecto, y si este realmente cumplía con su objetivo, se realizó una encuesta a las personas de las comunidades venezolana y receptora (Anexo 22). Para ello, y considerando la población de Guayaquil, se partió de un universo infinito y se usó una *muestra no probabilística a conveniencia* del equipo del proyecto (es decir a la población a la se tiene acceso), debido a la limitada temporalidad para su realización, los limitados recursos y acceso a la población, así como aquellas limitaciones propias del contexto causado por la pandemia de COVID-19, por lo que la muestra es dirigida y sus resultados no son extrapolables al resto del conjunto universo, sino que únicamente comprende las opiniones y actitudes del grupo encuestado (Fernández et al, 2014). Además de ello, el muestreo usado es pertinente debido a que el alcance es exploratorio, ya que su fin no es describir de forma generalizada lo que piensa la población, sino obtener primeros resultados sobre el proyecto (Fernández et al, 2014). De esta manera, la encuesta fue elaborada a través de Google Forms, constó de preguntas cerradas y abiertas, y de niveles usando una escala de Likert, además fue difundida vía mensajería instantánea a través de los seguidores de La Vereda en Instagram para que sea llenada de forma voluntaria. Es así, que se lograron obtener 150 personas que llenaron el cuestionario de forma virtual que permitieron conocer si el contenido creado logró empatizar con los usuarios encuestados.

Para la pregunta abierta de la encuesta, se solicitó a las personas del grupo muestra que comentaran cómo se sentían al consumir el contenido difundido. Es así, que se decidió crear 5 categorías (emociones positivas, indiferencia, empatía, asombro y percepción de estar informado) que permitan clasificar dichas reacciones o comportamientos de las y los participantes (Tabla 1). De esta manera, al clasificar dichos comentarios recibidos, se logran vislumbrar de qué manera el contenido impactó sobre las y los consumidores voluntarios de la encuesta.

**Tabla 1***Categorías para análisis de actitudes y comportamientos de los usuarios*

Categoría	Criterio
Emociones positivas	Son experiencias caracterizadas por la sensación de placer o satisfacción, como la serenidad, la alegría o la simpatía, que tienen la capacidad de desarrollar habilidades sociales adecuadas que se traducen en otras conductas como la empatía (Richaud y Mesurado, 2016).
Indiferencia	La indiferencia afectiva es una manifestación de no interés o no participación emocional, por lo que la persona expresa la “pérdida de iniciativa y una disminución de la reactividad. Supone, la ausencia de sentimientos, además, una distorsión en la expresión de las emociones. También es conocida como el aplanamiento afectivo, falta de emotividad o inhibición de los afectos” (Melero, 2018: pg. 267)
Empatía	Conducta prosocial de las personas que les otorga la capacidad para ponerse en la situación de otras y les permite responder o manifestarse de forma afectiva o no afectiva (Davis, 1996).
Percepción de estar bien informado	La percepción de estar bien informado hace referencia a que el individuo cree que la información recibida es confiable, relevante y de buena calidad (Larrión, 2016).
Sorpresa	Reacción emocional neutra que genera un estado temporal o transitorio que conduce a conductas como el interés y la exploración ante situaciones novedosas (Chóliz-Montañés, 2005).

*Nota.* Elaboración propia.

### **Dimensión Estructural**

Una vez construidos los canales de comunicación, el proyecto se vio en la necesidad de crear mecanismos que permitan filtrar, evaluar y estandarizar el contenido que se publicaría en él, de forma que se pueda mantener la calidad de contenido y una serie de principios clave para cumplir con el objetivo del proyecto. De acuerdo con McQuail (2003), para que la responsabilidad de los medios sea efectiva, estos y sus profesionales deben asumir la responsabilidad de la calidad y las consecuencias de lo que se publica, enfocados en su audiencia y afectados, y respondiendo a las expectativas de estos y a las del resto de la sociedad. A pesar de que La Vereda se encuentre bajo la regulación de la Ley Orgánica de Comunicación (2019), al ser considerado un medio de comunicación social según su artículo 3, se vuelve indispensable para el medio construir instrumentos de rendición de cuentas, los cuales sirvan para definir su responsabilidad social y como método de autorregulación mediática, entendido como un proceso de establecimiento y ejecución de normas autoimpuestas (Bardoel y d'Haenens, 2004; von Krogh, 2012). Dado ello, se decidió crear lo siguiente: un Manifiesto que muestre la visión y objetivos del medio; un Manual de Estilo, que recoja los valores, principios y enfoques del medio, así como otras directrices que deben ser tomadas en cuenta para la creación y publicación de contenido; un Consejo Editorial para la toma de decisiones y que vele por el cumplimiento de los principios, valores y normas establecidas para el medio; y un Directorio Consultivo, conformado por profesionales y académicos o académicas, miembros de diferentes instituciones u organizaciones, para colaborar y asesorar en la toma de decisiones al Consejo Editorial y en el desarrollo y evolución del medio.

En primera instancia, se procedió a la creación de un Manifiesto para La Vereda (Anexo 6) que aborde el objetivo del proyecto y la visión y principios que se buscaba

como medio digital, comunitario y bicultural. En este Manifiesto de La Vereda se establece que el medio busca innovar la visión de los canales digitales en Guayaquil, defender la libre movilidad humana, la inclusión y la diversidad, y fomentar la creación y difusión de contenido elaborado por las y los miembros de las comunidades receptora y venezolana en Guayaquil. Dado ello, el manifiesto creado sirvió como guía para la elaboración del Manual de Estilo.

El Manual de Estilo de La Vereda (Anexo 7) es una guía que contiene las políticas del medio, así como una serie de pautas o parámetros para el diseño y creación de contenidos que deben seguir las y los voluntarios, asegurando también que el medio cuente con un marco de regulación que le permita decidir que puede o no ser publicado. Este surge durante el proceso de creación de contenido, momento en el que se experimentaron diferentes situaciones con las y los creadores de contenido, entre los cuales se encuentran experiencias relacionadas a la violencia de género, uso de lenguaje no apropiado o declaraciones politizadas. Dado ello, es a partir de estas experiencias recopiladas que se generan los diferentes literales que forman parte del Manual de Estilo.

Dentro de estos lineamientos incorporados, se puede resaltar la aplicación de los enfoques de movilidad humana y de género entre los pilares fundamentales del medio. Con enfoque de movilidad humana se refiere a que se reconoce a esta como un proceso natural y complejo del ser humano que engloba una serie de dinámicas de desplazamiento distintas, ya sea interna o internacional, de forma voluntaria o forzada, y por ende desde el ámbito comunicativo toda la información debe ser abordada desde esta perspectiva (Zambrano, 2019). Mientras que el enfoque de género implica que se entiende al género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo, es decir, el género se vuelve categoría descriptiva, analítica y política,

desde lo cual se comprende que existe una relación de poder asimétrica entre hombres y mujeres que ponen a estas en una condición de desigualdad, por lo que desde el ámbito comunicacional se vuelve importante la sincronía con temas de la agenda feminista, la divulgación de estadísticas de género, el no uso de lenguaje sexista, xenófobo, clasista, o discriminatorio, etc (Hasan y Gil, 2016). De esta manera, se estipula en el manual que La Vereda defiende la libre movilidad humana y los derechos de las personas en dicha condición, la diversidad cultural y sexogénica, la integración de las comunidades migrantes y receptoras, la convivencia armónica entre las personas y la identidad universal, a su vez que se opone a la xenofobia y a cualquier tipo discriminación, y se compromete a mantener un trato justo e inclusivo en relación a la información que se publique e impidiendo y rectificando cualquier error o publicación que afecte a las personas en dichos ámbitos.

Para asegurar el cumplimiento de las políticas antes mencionadas, se incorporaron dentro del manual lineamientos para el estilo del contenido. En primer lugar, se establece el uso de un lenguaje inclusivo, para lo cual se crea una guía de cómo manejarlo, la misma que está basada y fue adaptada desde el manual de *Recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo de género* creado por ACNUR (2018). De igual forma, debido a los comentarios de odio y con lenguaje discriminatorio que se llegaron a recibir en redes sociales, se decidió incorporar dentro del manual un protocolo para combatir comentarios xenófobos y discriminatorios, el cual está basado en el *Kit para valientes* de la iniciativa *Somos panas* de ACNUR Colombia (2018) y permite orientar las conversaciones o debates que surjan en los canales de comunicación del medio. Además de todo ello, se agregaron lineamiento para no permitir el uso de imágenes que muestran situaciones violentas, contenido sexual, desmembramiento y maltrato de animales, se establece el uso de un lenguaje coloquial y se prohíbe el uso de



expresiones vulgares o malsonante, así como se indica que no permitirá contenido publicitario, político o electoral.

Además del Manifiesto y el Manual de Estilo de La Vereda, se creó otro instrumento que permita el cumplimiento de los documentos antes mencionados: el Consejo Editorial. Este consejo es un órgano que se reunió una vez por semana durante la ejecución del proyecto, fue conformado por las y los integrantes del proyecto y tuvo como principal función tomar las decisiones respecto a la creación y difusión de contenido, por lo que fue el responsable de revisar que las propuestas que el medio recibió de las y los voluntario cumplan con los lineamientos y políticas establecidas en el Manual de Estilo, elaborar cronogramas de posteo, eliminación o corrección de publicaciones y realizar cambios o adaptaciones al Manual de Estilo o Manual de Marca. A este órgano se le adhirió un Directorio Consultivo, que tiene como fin apoyar al consejo en la toma de decisiones y ejecución de propuestas. Este órgano está conformado por 10 miembros de la comunidad receptora y venezolana, profesionales en diferentes ámbitos, y pueden ser convocados o convocadas de forma colectiva o individual por los miembros del Consejo Editorial. Entre ellos y ellas se encuentran 5 docentes de la Universidad Casa Grande: José Miguel Campi, Nahia Morán, Andrea Balda, Héctor Bujanda y Miriam Estrada. Mientras que los otros 5 puestos pertenecen a miembros de organizaciones o instituciones: Johny Molina de CDH, Patricia Cornejo de ACNUR, Karina Bravo de PLAPERTS, una o un delegado representante en nombre HIAS y una o un delegado representante en nombre de la Asociación de Periodistas Venezolanos en Ecuador.

Es a partir de estos lineamientos, y tomando en cuenta también los estipulados en el Manual de Marca, que se crea la Rúbrica de Evaluación de Contenido, a través de la cual se califica el contenido de La Vereda que permita la calidad del contenido

creado. En esta se califica el cumplimiento de la línea gráfica, la calidad del lenguaje y del formato del contenido, el uso del lenguaje inclusivo, la invitación a la interacción y la sensibilidad en el manejo del contenido. De igual forma, para el contenido informativo se agregaron dos criterios más: la veracidad de la fuente y el uso correcto de la cita. De esta manera se asegura que el contenido cuente con la calidad deseada y que este permita la polifonía de voces.

### **Construcción del Tejido Social Interno y Externo**

Durante el transcurso del proyecto, la construcción del tejido social se volvió crucial debido a que, por el contexto de la pandemia, este es el que permitió la creación y difusión de contenido dentro del medio comunitario con diferentes actores y personas de las comunidades venezolana y receptora. Este trabajo de construcción de tejido social realizado puede ser dividido en tres categorías: proyectos de aplicación profesional dentro de la Universidad Casa Grande; organizaciones de la sociedad civil, fundaciones e instituciones; y personas en condición de movilidad humana en Guayaquil y comunidad local receptora.

Debido al contexto de la pandemia ocasionada por el COVID-19 y el confinamiento que fue obligatorio hasta julio, se tomó la decisión de que la mejor forma de poder llegar hacia el grupo beneficiario del proyecto era a través de las organizaciones. Es por ello, que una vez creada la idea y el concepto del medio, se procedió a elaborar una credencial de presentación (Anexo 8), la cual tenía como objetivo presentar el proyecto (incluyendo la solución que planteaba, sus objetivos, alcance, prototipo del producto final, y un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) a las organizaciones e instituciones que trabajan en guayaquil brindando apoyo y asistencia a la población venezolana. A pesar de que estas

credenciales fueron enviadas a las distintas partes interesadas, muchas de estas no estaban operando o se encontraban saturadas atendiendo las diferentes situaciones ocasionadas por la emergencia sanitaria.

El primer acercamiento que se obtuvo en este contexto fue con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR). El acercamiento se realizó por medio de correos electrónicos a funcionarios o funcionarias con los que ya se había contactado anteriormente para la elaboración del árbol de problemas. ACNUR, a pesar de no poder participar activamente debido a la carga de trabajo que ya posee, colaboró con el proyecto enviando la credencial a diferentes organizaciones. A partir de ello se recibió una respuesta favorable por parte de HIAS, con quienes se tuvo una primera reunión vía Zoom en la que se presentó el proyecto ante un panel evaluador de la organización.

Una vez obtenida la aprobación de HIAS, se procedió a una reunión para discutir los términos de la colaboración entre ambas partes. De esta forma, HIAS otorgó una capacitación virtual a los integrantes del proyecto sobre aspectos psicosociales para realizar entrevistas y trabajar con personas en condición de movilidad humana y se comprometió a dar atención psicológica a voluntarios y voluntarias del proyecto que colaboren contando historias o en entrevistas, en caso de haber alguna afectación durante este proceso en el aspecto psicosocial de la persona participante. También entregó una base de datos con contactos de su Modelo de Graduación para que La Vereda dicte talleres sobre la creación y difusión de contenido digital y narrativas de historia de vida. Además de ello, se gestionó la firma de un convenio interinstitucional entre HIAS y la Universidad Casa Grande para el trabajo conjunto entre ambas partes, el cual se encuentra, hasta el cierre de este proyecto, en etapa de revisión y firma por parte de la sede de la organización en Quito. Y, por último, la organización invitó a participar

a los integrantes de La Vereda en un Foro de Inclusión Económica y Social, de manera que el proyecto pueda ser presentado ante otros representantes de HIAS a nivel nacional, así como demás organizaciones, instituciones, universidades y fundaciones que colaboran con esta organización.

Además de ello, se logró crear una alianza entre el proyecto, el Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos (CDH) y su Red de Defensoras y Defensores de Derechos Humanos (RDDH). Como resultado de esta alianza, La Vereda otorgó talleres para la creación y difusión de contenido y narrativa de historias de vida a la CDH y a su RDDH, y estos por su parte se convierten en creadores de contenido para el medio, así como se acordó que entregarían un inventario de contenido para que sea publicado en los canales de comunicación de La Vereda. Como parte de ese proceso, se logró capacitar a 18 defensoras y defensores de dicha red, de manera asincrónica y haciendo uso de los talleres grabados por Zoom y editados y adaptados a un formato de módulos, junto con actividades y test o pruebas de conocimiento. Del mismo modo, CDH cuenta con recursos tecnológicos y con una base de beneficiarios con los cuales puede crear contenido para el medio.

Asimismo, se creó una alianza con la Asociación de Periodistas Venezolanos en Ecuador (APVE), que radica en Quito, pero que cuenta con miembros en todo el país, incluyendo Guayaquil. El contacto con esta organización se generó gracias a la red social de Instagram, a través de la cual la APVEC contactó con los integrantes del proyecto y posteriormente se generaron reuniones vía Zoom para llegar a mutuos acuerdos. Como parte de esta alianza, la Asociación se ha comprometido en contribuir con piezas de contenido para La Vereda, así como se estipuló que esta ofrezca una conferencia en la Universidad Casa Grande sobre una investigación periodística realizada por periodistas e investigadores o investigadoras de más de 20 países

(Latinoamérica, Brasil y España) sobre violencia de género en Latinoamérica durante el confinamiento de la pandemia del COVID-19, así como para tratar el tema del trabajo periodístico sobre movilidad humana.

Para la realización de dicho evento, se decidió invitar a participar a otros Proyectos de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande: Derecho al Placer, Zoom y Libros Humanos. Sus miembros fueron contactados vía mensajería instantánea y fueron consultados para participar. Una vez estos proyectos aceptaron incorporarse al evento, se coordinó una agenda de dos días, uno dedicado a movilidad humana y el otro a género (Anexo 16). El evento titulado *Movilidad Humana y Violencia de Género en la Comunicación* se llevó a cabo el 17 y 19 de noviembre de 2020, con una asistencia de 70 y 50 personas para cada día respectivamente. El primer día se abordó la temática del enfoque de movilidad humana en la comunicación y se presentaron la APVEC, la Asociación de Periodistas Venezolanos en Perú, la Alianza de Comunicadores Venezolanos de Antioquia (Colombia) y el Proyecto La Vereda. El segundo día se presentó el estudio de *Violencia Contra la Mujer: Una Pandemia Invisible*, junto con panelistas de 7 países de Latinoamérica, y se realizó un conversatorio sobre *género, ciudadanía y comunicación*, en el que se presentaron los otros proyectos de aplicación profesional participantes del evento.

Del mismo modo, se logró colaborar con diferentes organizaciones e instituciones en diferentes ámbitos. Una de ellas fue la sede en El Oro de la Plataforma Latinoamericana de Personas que Ejercen el Trabajo Sexual (PLAPERTS), quienes aportaron con información y contactos, gracias a lo cual se pudo realizar un reportaje sobre la extorsión de la que son víctimas las trabajadoras sexuales venezolanas. Para realizar el acercamiento con esta organización, se obtuvo la información de contacto de

una de sus dirigentes, a quien se contactó por vía telefónica y posteriormente se realizaron otros acercamientos vía mensajería instantánea para coordinar actividades.

También se pudo colaborar con la organización Cooperazione Internazionale (COOPI), quienes se pusieron en contacto con el proyecto luego de ver las diferentes historias en los canales del medio, y solicitaron una base de contactos de personas en situación de movilidad humana y en condiciones de vulnerabilidad, como menores migrantes no acompañados o acompañadas, o niños, niñas y adolescentes en condición de calle, entre otras, para que sean ingresadas a un programa de ayuda legal para regularizar su estatus migratorio, el cual estaba auspiciado por UNICEF.

Por otra parte, al ser La Vereda un medio de comunicación comunitario y tener entre sus objetivos la creación de contenido en conjunto de la comunidad receptora, se decidió trabajar con otros proyectos de la Universidad Casa Grande. Dentro del marco de los proyectos de aplicación profesional, se crearon colaboraciones con los siguientes proyectos: Zoom y Güeyitas, que fueron colaboraciones para la creación de contenido en conjunto con cada uno; y Manabí 5 años después y KUMAN, con los cuales se colaboró para la difusión de contenido ya creado. Para ello, se contactó con integrantes de cada proyecto vía correo electrónico o mensajería instantánea, se coordinaron reuniones y se establecieron términos para cada colaboración respecto a las responsabilidades y derechos de difusión de los productos. Para el caso de proyecto KUMAN se realizó contacto con la coordinación de los Proyectos de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande para adquirir las piezas de contenido y poder difundirlas en La Vereda.

Para el caso de Proyecto Zoom, se trabajó en la creación de contenido orientado a las narrativas de historias de vida de personas de la comunidad LGBTIQ+ en

condición de movilidad humana. De acuerdo con Scuzarello (2020), “las poblaciones migrantes y de refugiadxs ya son per se grupos sociales vulnerables, pero el entrecruzamiento entre sexualidad, género y refugio -la interseccionalidad- genera una profundización de las vulnerabilidades” (p.11). Por ello el contenido creado en conjunto con Zoom buscó indagar en las experiencias de esta comunidad durante el proceso de desplazamiento y migración hasta Ecuador y el proceso de adaptación e inclusión en la sociedad guayaquileña. De esta forma, se realizó una planificación en conjunto, en la que se elaboró la guía de la entrevista (Anexo 14), se acordaron fechas para la realización de estas y fechas de entrega para cada pieza de contenido. Para la obtención de los testimonios, se obtuvieron 2 voluntarios anónimos por medio de una convocatoria que se envió a través de mensajería instantánea (WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram), a los cuales se les realizó, vía telefónica, una entrevista semiestructurada, usando un cuestionario guía con preguntas abiertas (Hernández et al., 2014). Estas grabaciones fueron usadas por Proyecto Zoom para crear dos piezas de contenido que fueron publicadas en diferentes canales de comunicación de ambos proyectos.

Para la colaboración con el proyecto Güeyitas se partió desde los conocimientos adquiridos en la capacitación dictada por HIAS, que abordó el tema de los efectos psicosociales de la migración en personas en condición de movilidad humana, junto con el interés del otro proyecto que busca promover la convivencia responsable de las personas con los animales de compañía. De esta manera, se decidió crear un Conversation Podcast (o podcast de conversación), los cuales tienen como objetivo crear piezas de contenido digital usando conversaciones sobre una temática en específico que puede ser abordada desde distintos ámbitos (Hennig, 2017). Primero, se realizó una planificación previa entre ambos proyectos (Anexo 15) en la que se estipuló realizar una conversación con miembros de organizaciones y fundaciones involucradas

en el rescate animal y atención de personas en condición de movilidad humana, así como personas con testimonios relacionados a la temática (la importancia de los animales de compañía en el proceso de resiliencia y adaptación en personas en condición de movilidad humana), de forma que se logre abordarla desde diferentes ámbitos, como el informativo o el narrativo-vivencial. El podcast fue grabado el 8 de octubre mediante videoconferencia usando la plataforma Zoom y participaron las siguientes personas: Jairo Rojas, psicólogo de HIAS; Katuska Delgado, psicóloga clínica y directora de Refugio Pana que ha trabajado como terapeuta para niños y niñas en condición de movilidad humana; Carolina Mondragón, cofundadora de Ciudad de Gatos y migrante peruana radicada en Guayaquil; y una voluntaria participante del proceso de creación de contenido para La Vereda, que es abogada venezolana radicada en Guayaquil y que ha trabajado de forma voluntaria asesorando a personas venezolanas en el proceso migratorio con animales de compañía. Posterior a su grabación, este fue editado y subido a la plataforma Anchor.fm para que este sea publicado en la plataforma de Spotify y luego compartido en los diferentes canales de comunicación de La Vereda.

Con el proyecto Manabí 5 años después, que tiene como objetivo la creación de un documental sobre la situación actual de los sectores más afectados en las provincias de Manabí y Esmeraldas por el terremoto de Muisne del 16 de abril del 2016, se llegó a un convenio para que La Vereda se convierta en una plataforma para visualizar su documental. De esta manera se estableció que La Vereda podría tener en su página web el documental realizado por el otro proyecto luego de la fecha de su estreno, así como se definió una campaña de comunicación vía redes sociales en conjunto para beneficiar a ambos proyectos.

Además del trabajo con estos proyectos, La Vereda logró relanzar contenido creado por el proyecto KUMAN (2015) Este proyecto tenía una base de datos con



historias ya redactadas, entre las cuales se encuentran las narrativas de personas en condición de movilidad humana en Guayaquil, así como otras historias de miembros de la comunidad local receptora. Estas redacciones y entrevistas fueron publicadas en la página web de La Vereda, logrando así que se recicle su contenido en un nuevo formato digital y que estas puedan tener más alcance.

Además de todo ello, el equipo de trabajo decidió, una vez relajadas las medidas de confinamiento y aislamiento social en Guayaquil que impedían salir a las calles e interactuar con personas de manera física, realizar una salida de campo para recolectar material y datos necesarios para dar inicio al proyecto. Para ello se realizó una revisión de medios que permita conocer dónde estaban los principales puntos de la ciudad en los que se encontraba la población venezolana. Las zonas identificadas fueron: el sector centro de Guayaquil (calles cercanas a Malecón 2000, Municipio y Parque Centenario), el Terminal Terrestre y calles principales de Urdesa y Ceibos, siendo los dos primero los más importantes, pues en estos se encontró a una gran cantidad de personas en condición de movilidad humana debido a que son puntos que concentran una gran cantidad de comercio informal, que es la principal fuente de ingresos de la población venezolana en Guayaquil.

Una vez identificadas las zonas, se planificó el acercamiento con las personas, el cual consistía en interactuar con estas, comprar los productos que ofrecían y crear conversaciones, de manera que se logre generar confianza con las personas. Para la elaboración de la estrategia de acercamiento y dialogo, se tomaron en cuenta las recomendaciones y directrices expuesta por Galeano-Monti (2018) en su propuesta para el acercamiento hacia poblaciones y espacios en condición de vulnerabilidad. Como parte de esta estrategia elaborada por el equipo y lograr el acercamiento progresivo, se consideraron aspectos como uso de vestimenta casual, el sexo/género de las y los

integrantes antes de generar un dialogo, realizar la actividad en un sitio que la población considere seguro, no pedir testimonios en primera instancia, hacer uso del humor y de la jerga local, y hacer vínculos con personas de esa población para que estas sirvan como intermediarias y captar el apoyo y confianza de otras. Por último, una vez lograda la confianza suficiente, se procedió a ofrecerles participar de la entrevista para el proyecto, explicándoles la finalidad de este y pidiendo su consentimiento.

Para la obtención de la información, se decidió usar el formato de entrevistas. De esta forma, se realizó una entrevista abierta a diferentes personas de la población en condición de movilidad humana y receptora que se encontraban en los sectores, con el objetivo de recolectar sus historias de vida o experiencias conviviendo entre ambas comunidades (Hernández et al., 2014). En este proceso se tomaron en cuenta los conocimientos adquiridos en la capacitación psicosocial otorgada por HIAS, lo cual fue crucial para llevar un cuidado del lenguaje y de lo que se preguntaba en las entrevistas. Dentro de este contexto existían personas en diferentes condiciones que sentían temor de que el equipo de entrevistadores pertenezca a alguna entidad, como la policía, lo cual impedía que se generase un vínculo y que participen. Ya durante la ejecución, se logró captar personas voluntarias, quienes dieron no solo su consentimiento para ser entrevistadas y grabadas o fotografiadas para la creación de contenido que posteriormente sería difundido, sino que también colaboraron con información y acercamiento con otras personas voluntarias. Además, con estas personas se logró crear una base de contactos propia que pudiera servir para futuras creaciones de contenido; no obstante, mantener el contacto con ellas se dificultó ya que muchas de estas personas no poseen un medio para ser contactadas y otorgaron datos de contacto de conocidos o conocidas de ellas.

Del mismo modo, otra forma en la que se logró crear vínculos con la comunidad venezolana fue a través de las redes sociales. Gracias al contenido base creado con las entrevistas durante las salidas de campo, se logró captar la atención de personas voluntarias que se contactaron vía mensajería instantánea para manifestar su interés de participar. Estas enviaron piezas de contenido propias, las cuales fueron creadas con acompañamiento del equipo del proyecto y posteriormente difundidas a través de los canales de comunicación de La Vereda. De esta manera se generó una base de generadores de contenido voluntarios por parte de la comunidad venezolana que cuentan con los recursos para participar de este proceso de una forma más autónoma.

### **Construcción y Fortalecimiento de Capacidades en las Comunidades**

Además de ello, como parte del objetivo de creación y difusión de contenido en conjunto con las comunidades antes mencionadas, se llevaron a cabo talleres que permitan construir y fortalecer las capacidades de las personas en esta materia, lo cual dio cabida para que estos y estas puedan convertirse en participantes activos del medio. Esta parte del proyecto puede ser dividida en tres instancias: planificación de los talleres, ejecución, y evaluación de los participantes. Cabe recalcar que estos talleres tuvieron como participantes a voluntarios y voluntarias que forman parte del programa del *modelo de graduación* de la organización HIAS. Esto se realizó de esta forma ya que permitía tener participantes con los recursos tecnológicos necesarios para la creación y difusión de contenido.

En primera instancia, se llevó a cabo la planificación de talleres virtuales bajo el enfoque pedagógico de diseño inverso (Anexo 9). Este enfoque pedagógico tiene como objetivo principal fomentar que el estudiante comprenda y aprenda con profundidad cualquier materia académica, la cual da la oportunidad que las personas bajo este

enfoque sean capaces de estar preparados para aplicar lo aprendido en cualquier situación (McTighe, 2005). Este enfoque va acorde a los resultados que se buscaba que los participantes alcancen con los talleres, como el entendimiento, ya que se buscó un tema de interés común que de apertura a nuevas preguntas esenciales que dé lugar al aumento de la curiosidad y, en sí, a tener un mejor aprendizaje e interacción, lo cual puedan poner en práctica en los emprendimientos que poseen.

Para ello se creó un taller virtual enfocado a la creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida. Dentro del proceso de planificación, estos fueron divididos en cinco clases y se elaboró un itinerario de lunes a viernes, de 18H30 a 20H30, de manera que estos se encuentren fuera del horario laboral y que ello beneficie al público. Además de ello, se elaboró un cronograma de actividades y temas a tratar dentro de los talleres (Anexo 10), así como una lista de materiales necesarios y de perfiles idóneos para elegir quienes los dictarían (Anexo 11).

Por otro lado, se planificó grabar los talleres, para que una vez ejecutados estos puedan ser adaptados y dictados de forma asincrónica a más voluntarias y voluntarios que busquen participar en la creación y difusión de contenido del medio (Anexo 12). Las 5 clases pasaron a ser módulos divididos en clases de entre 6 y 10 minutos, complementada con pruebas de preguntas cortas y actividades para poner en práctica lo aprendido. Es así, que se logró que los talleres sincrónicos ejecutados puedan adaptarse a un formato más accesible y pertinente con el contexto de la pandemia.

De esta forma, se contactó con los expositores elegidos, que son docentes de la Universidad Casa Grande, de acuerdo con la lista de perfiles necesarios para dictar los talleres, logrando que estos participen gratuitamente. Para ello, se les explicó el objetivo del proyecto y de su participación en este, y ellos y ellas aceptaron formar parte.

Posterior a ello, se les solicitó permisos de imagen vía correo electrónico para hacer uso de las grabaciones en diferentes plataformas utilizadas por el proyecto, de manera que estos puedan ser dictados de forma asincrónica. Se envió una comunicación a los asistentes del taller para que conozcan los horarios y los temas a tratar. Nahiara Morán, directora creativa, dictó el lunes 24 de agosto el primer taller de redacción y creación de contenido digital; el cual tenía como objetivo que cada uno de las y los participantes logren conocer estrategias de cómo conectar y a crear contenidos con su potencial público, y se trataron temas cómo la definición de objetivos para las publicaciones en redes sociales, hacer una buena curación de contenidos, adaptar el tono a cada red social, y generar expectativa y crear contenido de valor. Enrique Rojas prosiguió con el taller de narrativas de historias de vida o Storytelling, que tenía como objetivo que los participantes puedan plasmar sus historias en contenido narrativo, con el fin de dar una perspectiva entretenida y literaria, aplicando principios en medios digitales de diferentes narrativas para realizar en forma de historieta alguna anécdota de superación personal o de cualquier otro índole. El miércoles 26 de agosto Ilona Vallarino dio el tercer taller, sobre cómo hablar ante la cámara, el cual buscó empoderar a las personas a tener confianza al expresarse con temas útiles, así como la importancia de la postura y el lenguaje corporal. El cuarto taller, a cargo de Juan Sebastián Mosquera, fue sobre manejo de cámara para que participantes logren videos de buena calidad con pocos recursos, con temas para lograr un buen manejo de luz y el idóneo enfoque ante la cámara para poder comunicar. Por último, el viernes 28 de agosto Maialen Fernández, finalizó con el taller de difusión de contenidos, que tenía como objetivo enseñar técnicas que garanticen que el contenido llegue al público adecuado y cumpla resultados óptimos, abordando temas como la planificación de posteo, canales, pautas y medición.

Todos los talleres fueron dictados de forma sincrónica, a través de la plataforma Zoom, los cuales fueron grabados para que estén posteriormente disponibles de manera asincrónica en la página web de La Vereda por medio de la plataforma LAESCUELA.PRO, para lo cual fueron editados. Esto ha dado la oportunidad para que más personas puedan hacer uso de estos talleres didácticos, como la CDH y su RDDH, quienes también están dispuestos a crear contenido para La Vereda, y para el Modelo de Graduación de HIAS.

Además de ello, se realizó una encuesta de opinión que tenía como objetivo conocer la percepción y el nivel de satisfacción de los participantes sobre los talleres ofrecidos. Estas encuestas están conformadas por un cuestionario de preguntas abiertas o cerradas que permiten recolectar datos sobre un acontecimiento dado (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014). De acuerdo con Rey-Martín (2000), el nivel de satisfacción se entiende como la medida en que los usuarios califican la calidad de un servicio o producto en relación con sus expectativas; no obstante, esta al ser subjetiva, debe ser abordada también desde otros ámbitos, como el deseo del usuario por repetir el servicio o las causas por las que este no lo usa, de manera que ello permita conocer si el producto o servicio tiene una buena calidad. Para ello se elaboró un cuestionario a través de Google Forms (Anexo 25) conformado por preguntas cerradas y abiertas, las cuales permitieron recolectar datos como el entendimiento del lenguaje usado por las y los capacitadores, si se proporcionó una buena cantidad de conocimientos, la flexibilidad del horario escogido, la asistencia a los talleres y las causas de inasistencia, el nivel de satisfacción y se abrió un espacio para que los participantes realicen alguna sugerencia o comentario sobre el programa.

Posteriormente, para evaluar los conocimientos adquiridos por las personas en los talleres, se realizó una evaluación práctica final, que constó en la creación de una pieza de contenido audiovisual para la página. Este proceso se llevó a cabo con participantes de los talleres que accedieron a esta evaluación de forma voluntaria para la obtención de un certificado y recibió acompañamientos por parte de los integrantes del proyecto. Para ello se obtuvieron 26 personas voluntarias, las cuales enviaron diferentes videos con historias de vida (en las cuales se muestran las dificultades que implican las migraciones, mensajes de superación personal y anti-xenofobia), tutoriales sobre recetas de comida venezolana y ecuatoriana o manualidades que realizan para sus emprendimientos. Esta creación de contenido fue evaluada por una rúbrica creada, la cual calificaba en una escala del 1 al 10 la pieza creada, tomando en cuenta los siguientes aspectos: propuesta, claridad y orden de la historia que se cuenta, y producción y postproducción del vídeo. Además de ello, se tomó en cuenta para su posterior difusión otros criterios que son parte de las políticas y demás lineamientos del medio. Al finalizar dicho proceso, a todas y todos los participantes se les entregó un certificado de participación avalado por la Universidad Casa Grande.

## **Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia**

### **Componente 1**

En este componente aborda la creación de los canales de comunicación de La Vereda: el sitio web y las redes sociales (Instagram y Facebook). El objetivo de ello fue que a través de estos se promuevan historias y contenido de la comunidad venezolana y receptora guayaquileña. Para ello se construyó la idea y concepto acorde a lo que se buscaba con el medio y a partir de lo cual se creó la marca. Luego, se definieron públicos objetivos, se crearon estrategias comunicacionales enfocadas en ellos y acordes al fin del medio, y se construyeron los canales de comunicación antes mencionados.

A partir de esto, para la evaluación de dichos canales, se definieron dos tipos de indicadores: indicadores para el monitoreo del sitio web e indicadores para el monitoreo de las redes sociales. Para la plataforma, el indicador a usar para la evaluación es el tráfico web, el cual es medido de forma mensual a través de la herramienta de Google Analytics, que considera la cantidad de usuarios y sesiones que recibe, el porcentaje de rebrote, la fuente de origen de la interacción y permite también visualizar el flujo por país mediante la dirección IP de los usuarios. Para la evaluación de las redes sociales, para la cual se consideró también realizar una evaluación del contenido pautado, los indicadores son la cantidad de interacciones, el alcance, el tamaño de la comunidad y el engagement, que fueron medidos de manera mensual a través de la información provista por la herramienta de Facebook e Instagram y la plataforma Metricool, las mismas que emiten reportes estadísticos sobre las páginas. La información obtenida de las fuentes antes mencionadas, tanto para el sitio web como para las redes sociales, fue recopilada en tablas que permiten visualizarla de manera sistematizada y acorde a los objetivos del componente.



**Monitoreo del Sitio Web**

**Integrante responsable.** Chaguay Bustamante Emilio José

**Carrera.** Diseño Gráfico y Comunicación Visual

Para medir el tráfico del sitio web se usó la herramienta de Google Analytics. Para ello se requirió vincular la plataforma del sitio desde su CMS de Wordpress con Google Analytics desde una cuenta de Google creada para el proyecto. Cabe recalcar que para la siguiente evaluación se consideraron los datos obtenidos de los reportes presentados por la herramienta de Google Analytics del primer mes de funcionamiento del sitio, es decir, del 12 de octubre de 2020 al 14 de noviembre de 2020. A manera de indicador de tráfico web, esta herramienta establece tres diferentes categorías de *origen de interacción*:

**Social.** Esta categoría hace referencia a los usuarios que llegan a la plataforma a través de redes sociales.

**Directo.** Esta categoría indica el número de usuarios que visita el sitio web a través de la URL directamente.

**Búsqueda orgánica.** Esta categoría habla de usuarios que llegan al sitio web a través de buscadores.

Como se puede observar en la Tabla 2, esta permite comprender que la mayoría de los usuarios han accedido al sitio web a través de redes sociales. Esta mayoría se expresa en un 73,1%, lo que permite concluir que la creación de las plataformas de Instagram y Facebook, y la organización del contenido posteo, ayudó a crear expectativa sobre la creación del espacio virtual, y se ha convertido en un generador de tráfico permanente. Así mismo, el número de sesiones indica que, de estos 595 usuarios, 25 tuvieron más de una sesión, es decir permanecieron explorando el sitio web. Las visitas obtenidas por la URL de manera directa son menores y representan apenas el

26,78% del total; sin embargo, el número de usuarios que llegaron a la plataforma a través de esta modalidad y que permaneció explorando la página web es superior a la del primer grupo. De este grupo, un total de 114 usuarios permaneció explorando el sitio web. Mientras que, respecto a la búsqueda orgánica, esta supone la categoría que menos tráfico ha generado a la plataforma, con apenas un usuario. Considerar herramientas de posicionamiento en el buscador, puede ser una solución para aumentar las visitas generadas por esta vía.

## Tabla 2

*Usuarios y sesiones en un rango de 12 de octubre a 12 de noviembre*

<b>Categoría</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Sesiones</b>
Social	595	620
Directo	218	332
Búsqueda orgánica	1	1
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>953</b>

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Reporte de Google Analytics de La Vereda, 2020 (Anexo 17)

Otro indicador para tomar en cuenta es el *porcentaje de rebote*, el cual permite conocer cuál es el porcentaje de permanencia en la página web, es decir, cuántos usuarios abandonaron el sitio previo al minuto de estancia. Como se observa en la Tabla 3, el porcentaje de rebote muestra en el primer grupo una deserción del 73,55% lo que indica que apenas 26,45% de los usuarios que llegaron a través de redes sociales permanecieron durante más de un minuto en la plataforma, esto representa a un aproximado de 157 usuarios. Por otro lado, el nivel de deserción en los usuarios que han llegado directamente a través de la búsqueda del URL es menor, lo que parece indicar, en base a la tabla anterior, que el interés por el contenido es mayor en este grupo de

personas. La deserción para este grupo se sitúa en 65,36%, lo que indica que el 34,64% permaneció durante más de un minuto en la página web, es decir un aproximado de 75 usuarios. Realizar un sondeo de comportamiento de los usuarios que llegan a través de redes en las cuentas de La Vereda tal vez permitiría comprender porque la atención es tan tenue en el primer grupo.

**Tabla 3**

*Porcentaje de rebote por categoría*

<b>Categoría</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Porcentaje de rebote</b>
Social	595	73,55%
Directo	218	65,36%
Búsqueda orgánica	1	0,00%

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Reporte de Google Analytics de La Vereda, 2020 (Anexo 17)

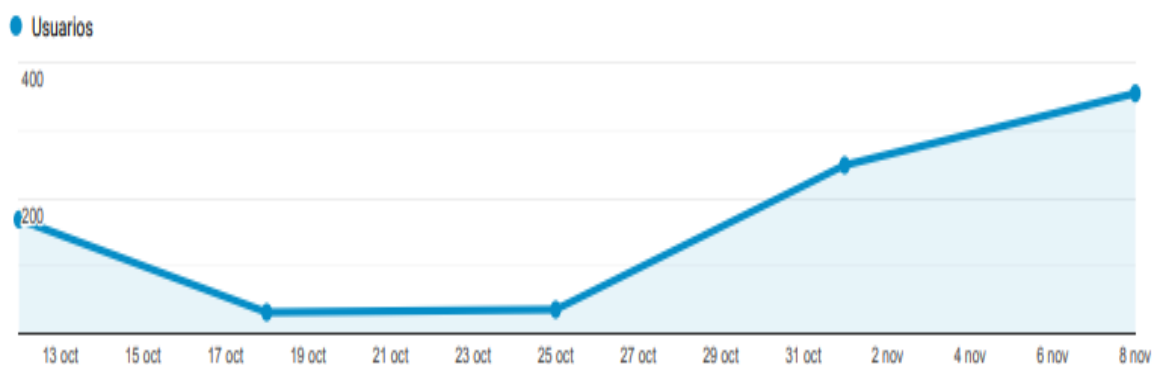
Otro indicador usado es la duración media de sesión por categoría. Este permite medir el tiempo que los diferentes grupos de usuarios han pasado en el sitio. Así, en congruencia con la tabla anterior, se puede observar (Tabla 4) como el tiempo promedio que el usuario de redes sociales dedica al contenido en la página se sitúa por debajo del minuto, donde la duración es de apenas treinta y ocho segundos. Por el contrario, y reafirmando los datos de la tabla anterior, el grupo de usuarios que llega a al sitio a través de búsqueda directa, mantiene un interés promedio en su contenido, expresado en dos minutos y treinta y cuatro segundos. Por otro lado, un dato que resulta importante es la duración de la estancia del único usuario que accedió a la página orgánicamente a través del buscador, ya que se sitúa en cuatro minutos y cincuenta y nueve segundos. Este supera la media de los otros dos grupos de usuario. Este último resultado reafirma la necesidad de promover el tráfico orgánico.

**Tabla 4***Duración media de sesión por categoría*

<b>Categoría</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Duración media de la sesión</b>
Social	595	00:00:38
Directo	218	00:02:34
Búsqueda orgánica	1	00:04:59

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Reporte de Google Analytics de La Vereda, 2020 (Anexo 17)

Por otro lado, el *flujo de usuarios* (Figura 6) permite ver que el rango de usuarios se mantiene en las dos primeras semanas del sitio web por debajo de los doscientos de estos por día. A principios de noviembre el tráfico comienza a situarse por encima de los 200 usuarios (este número de visitas por día); sin embargo, no llega nunca los 400 usuarios. El mayor pico de flujo de usuarios en treinta días se registra el día 8 de noviembre con motivo de una pauta realizada en redes el 2 de noviembre, con el objetivo de dirigir tráfico a la página web. Puede evaluarse que la pauta resultó exitosa.

**Figura 14***Flujo de usuarios en rango de 12 de octubre a 12 de noviembre de 2020*

*Nota.* Obtenido de Reporte de Google Analytics de La Vereda, 2020 (Anexo 17)

De igual forma, de acuerdo con *flujo usuarios por país* (Tabla 5), la mayor cantidad de usuarios, es decir 694, ingresaron al sitio web desde una IP reconocida como ecuatoriana, es decir con una conexión a internet desde una red en Ecuador. Asimismo, es relevante que el tercer destino de visitas provenga de IP venezolanas. Concretamente son estos grupos de usuarios los que más sesiones mantienen en el sitio web, dado que ingresan en más de una ocasión a la plataforma. De la diferencia entre el total de usuarios y el total de sesiones de cada país se puede saber cuántos ingresos son de personas que ya habían ingresado con anterioridad a la página.

**Tabla 5**

*Flujo de usuarios por país en un rango de 12 de octubre a 12 de noviembre de 2020*

<b>País</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Sesión</b>	<b>Duración sesión</b>	<b>Porcentaje de rebote</b>
Ecuador	694	811	00:01:23	68,56%
Estados Unidos	52	52	00:00:24	88,46 %
Venezuela	33	49	00:01:46	83,67 %
Colombia	8	8	00:00:05	75,00 %
Chile	7	7	00:02:22	60,00 %
Canadá	3	3	00:00:00	100,00 %
Perú	3	3	00:00:28	83,33 %
Alemania	2	2	00:00:00	100,00 %
España	2	2	00:00:00	100,00 %
Panamá	2	2	00:00:00	100,00 %

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Reporte de Google Analytics de La Vereda, 2020 (Anexo 17)

De esta forma, Un total de 117 sesiones provenientes de IP ecuatorianas y un total de 16 sesiones provenientes de una IP venezolana representan un ingreso al sitio en más de una ocasión. Asimismo, respecto a la duración media de la sesión, los usuarios

que ingresan en Ecuador permanecen en promedio un total de un minuto veintitrés segundos, mientras que los usuarios que ingresan en Venezuela mantienen la atención durante un poco más, en total un minuto y cuarenta y seis segundos. El único rango de atención que supera a este grupo de usuarios proviene de Chile, donde el número de personas apenas llega a 7, pero la permanencia en la página es de dos minutos y veintidós segundos. El porcentaje de rebote es inferior en este grupo de usuarios de Chile, representando apenas el 60%, mientras que las y los usuarios ecuatorianos alcanzan un porcentaje de rebote del 68,57% y las y los usuarios venezolanos un 83,67%.

Otro flujo relevante usuarios proviene de Estados Unidos, componen un total de cincuenta y dos personas, que sin embargo no inician nuevas sesiones, es decir se logra el flujo, pero no se logra que permanezcan e interactúen con el contenido. Esto podría explicarse con la barrera del idioma, pues la plataforma se encuentra toda en español. Esta barrera del idioma se expresa también en usuarios de otros países en los que el español no es el idioma oficial, como Canadá y Alemania. Junto con la sugerencia de promover las búsquedas orgánicas considerar la traducción del sitio, tal vez sea una estrategia que pueda implementarse a futuro.

### ***Perfil de carrera y evaluación de componente***

El componente evaluado es apropiado para el perfil de la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, ya que dentro del equipo interdisciplinario se ha aportado, desde los aprendizajes obtenidos en la carrera y en el ámbito profesional, en la construcción de la línea gráfica que caracteriza las redes, la plataforma y el contenido subido, fotográfico o audiovisual. Medir el impacto que ha generado esta línea gráfica

se corresponde con el segundo aspecto de ella, el de comunicación visual. Pues se asume que la línea gráfica permite atraer la atención de la audiencia delimitada.

En primer lugar, es necesario reconocer que el uso de Google Analytics para medir el flujo de usuarios es acertado, porque permite desglosar las interacciones que se realizan en el sitio web por categorías, y también permiten ver el grado de interés que mantienen según el número de sesiones iniciadas y el tiempo que permanecen en la página. El uso de esta herramienta permite comprobar que el trabajo gráfico y narrativo en las redes sociales realmente cumplió el cometido de atraer usuarios al sitio web una vez que este fue inaugurado. La mayoría de las visitas provienen de redes sociales.

Instagram en particular es la plataforma a la que más contenido se derivó y en la que el papel de la línea gráfica se mantuvo muy presente. Desde la calidad del contenido audiovisual hasta la paleta de colores y la tipografía escogida, es posible concluir que la línea gráfica realmente pudo comunicar el mensaje del proyecto lo suficientemente bien como para redirigir a través de publicaciones e interacciones, el mayor número de tráfico de usuarios al sitio web.

Sin embargo, algo que es necesario reconocer, es que a pesar de que esta redirección de tráfico haya sido efectiva, el tiempo que las personas logran mantenerse en el sitio web apenas alcanza los cinco minutos como tope, aunque el promedio se sitúa en apenas dos minutos. Esto indica que es necesario realizar investigación sobre los hábitos y preferencias de consumo visual de la audiencia objetivo. De modo que el contenido recopilado pueda ser apreciado de manera más sostenida.

Uno de los aprendizajes adquiridos en la ejecución del proyecto es el aspecto positivo que expresa la importancia de la comunicación visual, lo cual se demuestra en las estadísticas por IP, que exponen el interés de los grupos objetivos del proyecto:

usuarios de Ecuador y Venezuela. Además de ello, que la información y el contenido de La Vereda esté llegando a este público e incidiendo en el contexto y en el tratamiento de la problemática puede considerarse un logro. Este último resultado se relaciona también con otro aprendizaje obtenido durante todo el proceso de ejecución del proyecto, y es el de que las personas que son beneficiarias de los proyectos sociales realmente deben tener voz y capacidad de decisión en la construcción de estos. Todo el contenido que se encuentra alojado en los sitios virtuales habría sido imposible de conseguir sin la predisposición de las personas en condición de movilidad humana y miembros de la comunidad receptora que empatizan con esta causa. Esta predisposición también ha servido para entender que las relaciones con los beneficiarios siempre deben ser de reconocimiento y respeto, pues la realidades que viven pueden afectarles de múltiples formas y un tratamiento adecuado de las mismas a nivel gráfico y también narrativo es necesario para contribuir a su solución.

### ***Monitoreo de Redes Sociales***

**Integrante responsable.** Barquet Ziade Marie Dennise

**Carrera.** Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Tanto Facebook como Instagram poseen formas de medir el impacto dentro de sus redes sociales; en ambos la pauta siempre resulta más detallada debido a que muestra el público exacto al que llegó e impactó una publicación además del tiempo que permaneció en ella el consumidor, etc. Aquello le sirvió al grupo para poder entender qué estaba funcionando dentro de estas redes sociales, y que se podía continuar para hacer crecer la comunidad digital de La Vereda, ya que la información no solo debía de ser compartida, sino que se planteó como objetivo generar un impacto dentro del público que consumiese la misma. Por otro lado, el alcance orgánico de la página



también puede ser analizado, debido a que se puede revisar el número de me gusta, comentarios y otros datos. Dado ello, Resulta importante explicar cada una de estas mediciones para que el lector se sitúe en el entendimiento de las publicaciones.

La información proporcionada por los reportes de las herramientas de Facebook e Instagram permiten conocer datos distintos en el contenido pautaado. Ante ello, se decidió crear un sistema para organizar la información otorgada que mejore el entendimiento de los datos recibidos de este tipo de publicaciones. De esta forma, se creó una tabla para cada red social, una para Facebook (Anexo 18) y otra para Instagram (Anexo 19), cada una adaptada al tipo de información provee cada plataforma.

Facebook se divide en diversos indicadores; sin embargo, el equipo decidió manejar los más generales y funcionales para medir el contenido pautaado. El alcance mide el número de personas a las que llegó la publicación, las interacciones responden al número total de acciones que se realizan en cada pauta. La actividad se refiere al tipo de acciones, lo cual implica los comentarios, me gusta, compartidos, etc. La categoría de personas indica el sexo de los consumidores, pese a que no se tomó en cuenta este al momento de crear el anuncio, ya que iba dirigido a ambos sexos. Y el gasto representa el monto de dinero invertido en cada publicación pautaada.

Instagram, aunque posee indicadores parecidos, no son iguales a los de Facebook. Para el contenido pautaado en esta red social se consideró medir lo siguiente: Interacciones, descubrimiento, promoción y audiencia. La primera mide todas las interacciones que se desarrollaron en la publicación, es decir, los me gusta, compartidos, comentarios, etc. El descubrimiento, por otro lado, se encarga de entender impresiones y alcance, estas dos son completamente distintas debido a que una mide el número de veces que fue reflejado el post en una pantalla, mientras que por otro lado el alcance

explica a cuántas personas les interesó el post y lo tomaron en cuenta. El de promoción hace referencia al monto de dinero invertido en la pauta. Y finalmente, la audiencia, que se refiere a el sexo de las personas a las que llegó la publicación, aunque al igual que en Facebook, al momento de realizar la pauta se delimitó edades, preferencias y localización, más no sexo.

A lo largo del proceso el grupo notó que había contenidos que funcionaron más que otros, por las mediciones. Estas resultaron sumamente importantes para establecer estrategias en ciertos momentos, sobre todo para poder generar un sentido de comunidad y pertenencia más fuertes entre los seguidores debido a que se entendía que es lo que querían consumir. Los contenidos audiovisuales fueron los contenidos más exitosos, sin pauta y con pauta. Es cierto que algunas fotos como el post de Guayaquil Bicentenario generaron interacciones, pero siempre los videos más. Y, es importante destacar que los escritos por la celebración de las fiestas de la ciudad fueron más efectivos debido a que se desarrollaron en secuencia y fueron ilustrados.

De esta manera se pudo conocer que las pautas en su mayoría llegaron a hombres, pese a que ambas redes poseen más seguidoras. Se entendió también que ciertas inversiones funcionaron de mejor manera que otras, con el tiempo se descubrió que en el caso del contenido expuesto por La Vereda existía una relación entre el número de días que se promocionaba una publicación y el dinero implicado. Ya que, era más efectivo que durara un día y se invirtiese todo el monto en ese día, a que se dividiese en varios, e incluso el monto podía ser menor.

El proyecto siempre apostó principalmente a las personas de entre 18 y 34 años; sin embargo, se decidió intentar pautar para un rango de edad más amplio en ciertos posts y los resultados cambiaron, el número de comentarios incrementó y entre los

recibidos se obtuvieron comentarios positivos. Aquello no implica que exista una relación entre la xenofobia o aporofobia y la edad. Un post que lo demostró fue el video de las jergas ecuatorianas, el cual obtuvo interacciones positivas en su mayoría, no obstante, se pudo denotar que se recibieron comentarios negativos de personas mayores al grupo objetivo del medio.

En Facebook el post más comentado es el vídeo de *Jerga guayaca*, en el cual hubo 3 comentarios xenófobos del total de los 14 recibidos, ya que, de manera positiva, el resto de las personas intentaron disuadir la opinión de quienes intentaron darle un sentido negativo a la publicación. Sin embargo, para entender ciertos datos Facebook posee más herramientas como lo son las diferentes reacciones al momento de calificar un post. Debido a que los me gusta no son lo mismo que expresar directamente como se siente la persona. Es por ello, que las reacciones como tristeza, enojo y risa otorgan una retroalimentación más certera.

Aunque se estableció un grupo objetivo dentro de las redes, el algoritmo no discrimina a personas que puedan tener comportamientos o ideas xenófobas. Sin embargo, se pudo observar cómo participantes de la comunidad digital emitían comentarios en defensa y apoyo a la comunidad venezolana. Aquello es más difícil de que suceda en publicaciones orgánicas, debido a que los seguidores poseen de cierta manera intereses comunes y sobre todo entienden el propósito de la página. Por ello, se buscó mediante la pauta llegar a quienes no piensan igual y analizar el resultado, porque finalmente quienes piensan igual pueden concientizar y disfrutar el contenido, pero las personas que no, encuentran contenido que disuade de sus creencias y genera atención de igual manera.

Algo que el grupo logró destacar es que, pese a que la mayor cantidad de picos de visitas e interacciones se dieron cuando se generó la pauta, el contenido orgánico tenía una acogida mucho más estable. Aquello se puede demostrar en los Instagram TV, videos de más de un minuto que no se pudieron pautar debido a que la red no lo permite, pero fueron considerados por los seguidores; el número de vistas fue alto en relación con la cantidad de seguidores de la página, tomando en cuenta que no eran cortos. Uno de ellos fue el video de *¿Ya probaste el encebollado?* y el de *Personas lindas*.

Dentro de la pauta de material audiovisual fue importante reconocer que no necesariamente las publicaciones con mayor alcance eran las más exitosas, debido a que una forma de medir el interés con respecto a los videos son los *thru plays*, que indican el número de personas que los vio hasta que finalicen, y dos de los posts que más alcance tuvieron no lograron un número lo suficientemente distante de thru plays que otras con un alcance menor. Aquello indica que muchas veces mientras mejor direccionado esté el público en un post, este puede generar un mayor impacto.

Los comentarios dentro de las publicaciones forman parte de un componente importante del proyecto, ya que se buscó desde el principio incrementar los comentarios positivos dentro de las redes y contrarrestar los negativos. Se supo desde un inicio que sería imposible generar un impacto masivo, sin embargo, el hecho de que se lograra en las redes de este fue importante. De todos los comentarios en Instagram (77), que son en su mayoría positivos, solo existieron 5 negativos que fueron contrarrestados tanto por los integrantes de La Vereda como por los seguidores de la página.

Además de las pautas, también fueron evaluados otros resultados referente a las redes sociales. Para ello, se recopilaron datos tomados desde la herramienta de

Metricool, la cual permite conocer datos tanto de Instagram como de Facebook, que permitieron conocer y entender el desenvolvimiento de las redes sociales. De esta manera, ambas fueron vinculadas con esta plataforma, la cual es de pago, pero contiene una versión gratuita que sirve para los fines del proyecto. En ella se resumen las estadísticas del medio, así como se otorgan reportes sobre indicadores necesarios para la evaluación.

A partir de ello se elaboraron dos informes de redes sociales, uno para Facebook (Anexo 20) y otro para Instagram (Anexo 21), en los cuales se recopilan los datos referentes al crecimiento de la cuenta de cada red social y el rendimiento de las publicaciones en cada una. Por un lado, para la tabla del crecimiento de las cuentas se consideró la comunidad (cantidad de personas que siguen la página), las impresiones (cantidad de veces que los usuarios han visualizado las publicaciones hechas) y la cantidad de visitas generadas al sitio web. Por otra parte, para la tabla de las publicaciones se hizo seguimiento del engagement (cálculo realizado por Metricool que indica las interacciones recibidas por cada 1000 personas alcanzadas), las interacciones (cantidad de acciones realizadas en cada publicación, tales como me gusta, reacciones, compartidos, reposteo, entre otras, las cuales varían dependiendo de cada red social), el alcance (cantidad de personas a las que llegó las publicaciones) y la cantidad de publicaciones. Asimismo, para ambas tablas la información se recolectó en rangos de tiempo de un mes, los cuales abarcan desde agosto hasta noviembre. Todo ello permite entender el comportamiento a mayor escala de las redes sociales, además del interés de las personas por el contenido, ya que en base a ello interactúan.

Bajo los datos presentados en las tablas del reporte mensual de las redes sociales, se puede notar el incremento de visitas y de seguidores en ambas redes, pero sobre todo la participación del público con respecto al contenido. De estas se puede

resaltar que la red social con mejores resultados es Instagram, ya que logró generar un mejor engagement, una comunidad más grande y más interacciones; no obstante, Facebook, a pesar de ello, continuó generando mayor alcance, incluso fue una fuente de tráfico importante para la página web a través de las pautas.

Estos resultados obtenidos de las redes sociales pudieron ser complementados por medio de la encuesta del contenido de la página a través de un cuestionario que se realizó a los seguidores, la cual responde al propósito del proyecto. De los resultados obtenidos en esta (Anexo 23) se puede concluir que el contenido cumplió el propósito principal de empatizar, así como el de informar.

La encuesta está basada en la escala de Likert, por lo que se desarrollan las preguntas tomando como referencia una escala del 1 al 5. Se pidió a las personas que califiquen del 1 al 5 ciertos juicios en referencia al contenido, donde 1 representa nada y 5 representa mucho. Por lo tanto, los resultados que presentan a continuación hacen énfasis al mayor porcentaje que se ubica en el número cinco, que resulta favorable para la encuesta. De esta manera, el 56,7% de los encuestados respondió que el contenido les parece muy entretenido, mientras que el porcentaje restante se encuentran entre los niveles 3 y 4, por lo que nadie respondió que el contenido presentado no es entretenido. Respecto a la información, reportajes e investigaciones presentadas, el 75,8% de las personas indicó que estos les parecieron muy relevantes, ubicándose el 16,7% y el 7,3% restante en los niveles 4 y 3 respectivamente. De la misma forma, el 72,5% de encuestados establecieron que la página los ayudó mucho a conocer y entender la realidad que atraviesan las personas en situación de movilidad humana, mientras que otro 21,3% se ubicaron en el nivel 4 y el 6% en el nivel 3. Finalmente, un 65,1% de las personas calificó con cinco el hecho de que el contenido logró entregarle un sentido de

conexión entre su realidad y la de las personas venezolanas, lo cual va acorde al concepto de empatía, ubicándose un 24,7% en el nivel 4, un 8% en el nivel tres.

Además, se preguntó a las personas sobre la categoría con la que asocian el contenido de La Vereda. De las 6 opciones presentadas, el 93,3% asocia el contenido de La Vereda como informativo, un 69,3% como emotivo, otro 60,7% como educativo. La opción que califica el contenido como entretenido obtuvo un 44%, mientras que la opción gracioso solo fue escogida por una persona. De esta manera se puede decir que el contenido es asociado por la muestra principalmente con información y educación, no obstante, se remarca que estas personas consideran a este emotivo y entretenido.

### ***Perfil de carrera y evaluación de componente***

Con respecto al trabajo individual realizado, el análisis de redes sociales resulta clave para el mundo de hoy. Por lo que, se considera firmemente que no tiene mucho que ver la carrera que se estudia, debido a que es una habilidad que la mayor parte de las personas debería de adquirir en la actualidad, ya que es necesaria para empezar un negocio y lograr vender o comunicar ideas es necesario saber entender cómo funcionan las pautas, las publicaciones orgánicas y la analítica de Facebook e Instagram

Además, si se toma en cuenta cómo funciona la política hoy en día, la utilización de estas herramientas y lectura se acerca mucho a la forma en la que las personas que se dedican a estudiar resultados de campañas de Marketing y de más para generar cambios y crear discursos políticos y de más. Dado ello, esto se convierte es una nueva forma de entender la opinión pública y de forma más individualista, por medio de las redes sociales no solo se puede conocer al consumidor, sino que también se le puede hablar según sus intereses.

Se ha logrado aprender a leer y utilizar herramientas que catalogaban como lejanas al perfil de carrera; sin embargo, se comprende que el mundo digital es una extensión del físico, por lo que saber situarse en él resulta extremadamente importante. La experiencia de lectura ha ayudado a entender que se puede hacer mucho desde el entendimiento de las redes sociales. Sin embargo, el acompañamiento de estrategias tradicionales resulta crucial para no perderse en las redes sociales, debido a que existe una saturación de contenido y aquello dificulta destacar.

Pese a que, para este trabajo se debió desarrollar un análisis de las redes, el reto que se adquirió junto al equipo comenzó desde la creación de la página y lograr conseguir seguidores y participantes activos de la misma; todo ello implicó un reto porque al no tener una base o un ejemplo cercano de lo que se buscaba hacer fue bastante difícil. Sin embargo, el no haber tenido una referencia permitió generar contenido con más libertad y que diera resultados que no necesariamente fueron esperados.

La licenciatura en Ciencias Políticas muchas veces dentro de la etapa educativa se dedicó a desarrollar otro tipo de habilidades, pero nunca las que se relacionaban con redes sociales, que como se ha mencionado anteriormente son de las más importantes en el contexto actual. Por ello, se puede destacar del proyecto de aplicación profesional el poder aprender de un mundo del que no se formaba parte y no se tenía ningún conocimiento. Los indicadores han permitido comprender nuevos ámbitos que, aunque no se vayan a ejercer en un futuro en totalidad, permiten entender que es lo más importante para poder lograr una comunicación efectiva con el resto de las personas.

## **Componente 2**

En este componente se aborda los talleres dictados para la creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida. A partir de estos se buscaba aportar



conocimientos a personas para que puedan contar sus historias desde sus propias voces y recursos. Para ello se realizó una planificación de los mismo, determinando un diseño pedagógico, los temas a tratar y los perfiles de las y los profesionales que los dictaron.

Por ello, en este componente se evalúan tres aspectos: la planificación de los talleres, cuyos indicadores son la cantidad de estos realizados y la cantidad de asistentes a ellos; también se evalúa el aprendizaje de las personas, teniendo como indicador los conocimientos adquiridos por las y los participantes, usando como método una evaluación practica (elaboración de una pieza de contenido audiovisual en acompañamiento de las y los integrantes del proyecto para ser publicada en La Vereda y obtener un certificado de participación) que califica a las personas voluntarias en una escala del 1 al 10 mediante una rubrica de evaluación elaborada por el proyecto y basada en los temas dictados; y, por último, el nivel de satisfacción de las y los participantes en relación con los talleres otorgados, la cual fue medida en base a los resultados de una encuesta de satisfacción y opinión realizada a través de Google Forms.

### *Planificación de Talleres y Evaluación Práctica de Conocimientos*

**Integrante responsable.** Jaramillo Saverio Eilyn Narcisa

**Carrera.** Gestión de Recursos Humanos

La planificación de dichos talleres fue en base al diseño inverso que, como se mencionó anteriormente, es un enfoque pedagógico que capacita al estudiante a transferir o a aplicar los conocimientos adquiridos durante el aprendizaje a ámbitos diferentes a los presentados en el aula. Este consta de tres fases: resultados esperados, evidencias (criterios de evaluación) y planificación de contenidos. La cantidad de talleres dados fueron cinco, los cuales abordaron la temática de la difusión de narrativas

de historias de vida, como objetivo que los participantes adquirieran conocimientos digitales y de redacción para que sean capaces de estar preparados a aplicar lo aprendido desde el entendimiento, es decir, a que tengan un mejor aprendizaje e interacción y se ponga en práctica mediante la página web del proyecto La Vereda.

Como se ha mencionado anteriormente, en estos talleres realizados vía Zoom participaron como asistentes personas que se encuentran dentro del programa de Modelo de graduación de HIAS, gracias a la colaboración y al convenio que se logró con esa organización. Asimismo, quienes dictaron los talleres fueron docentes de la Universidad Casa Grande: Nahiara Morán, Enrique Rojas, Ilona Vallarino, Juan Sebastian Mosquera y Maialen Fernández.

Se pudo comprobar el cumplimiento total de los indicadores correspondientes como la cantidad de talleres dados (5) junto a la cantidad de personas que participan en los talleres por medio de la base de datos de asistencia a los talleres, en los cuales en el primero asistieron 16 personas, en el segundo 34 y en el último 25. También se constató el cumplimiento del indicador de conocimientos adquiridos por los asistentes al taller por medio de la evaluación práctica de creación de contenido que constó en la creación de una pieza de contenido audiovisual para la página. Del promedio de 25 personas que asistieron a cada taller, 26 se inscribieron de forma voluntaria para la obtención de un certificado; sin embargo, solo 15 personas enviaron diferentes videos con historias de vidas en las cuales muestran su experiencia en el proceso de movilidad, así como se recibieron diferentes tutoriales sobre recetas y manualidades las cuales la mayoría lo han convertido en sus propios emprendimientos que les ha permitido trabajar.

Para la aprobación de dicho certificado, se elaboró una rúbrica que buscaba calificar 3 criterios del 1 al 10: propuesta, historia y relato, producción y post

producción multimedia. Con esta se buscó que las personas hayan adquirido los conocimientos y destrezas necesarias que permitan que se conviertan en creadores y creadoras de contenido para La Vereda. La rúbrica fue creada a partir de los objetivos de la evaluación y los conocimientos impartidos en los talleres por las y los docentes que los dictaron. Para esta se creó una tabla (Tabla 6) segmentada en 3 partes, una para cada criterio establecido, con indicaciones de lo que se evaluó en cada uno y las formas en que los conocimientos y destrezas adquiridos fueron categorizados de acuerdo con el puntaje adquirido en cada criterio: Adecuado, Parcial, Insuficiente y Ausente, siendo la primera la más alta en puntaje y la última la más baja.

**Tabla 6**

*Rúbrica de evaluación para creación de contenido*

<b>Criterio #1: propuesta</b>			
<b>Adecuado (2pts)</b>	<b>Parcial (1 – 1.5pts)</b>	<b>Insuficiente (&lt; 1pto)</b>	<b>Ausente (0pts)</b>
La propuesta presentada va acorde al público objetivo y está delimitada a un grupo de interés dentro de este. La propuesta es pertinente al propósito planteado y al contexto. Existe un guion o esquema ordenado y lógico de lo que se quiere realizar.	La propuesta presentada es deficiente, porque va acorde al público objetivo, pero no se aprecia con claridad que se haya delimitado un grupo de interés dentro de este. La propuesta no es completamente pertinente al contexto o al propósito. El guion o esquema no	Presenta una propuesta, pero está no va acorde al público objetivo. Esta tampoco es pertinente al contexto al contexto ni al propósito planteado.	No presentó propuesta

<b>Adecuado (2pts)</b>	<b>Parcial (1 – 1.5pts)</b>	<b>Insuficiente (&lt; 1pto)</b>	<b>Ausente (0pts)</b>
	tienen un orden claro y lógico.		

**Criterio #2: historia y relato (3 puntos)**

<b>Adecuado (2pts)</b>	<b>Parcial (1 – 1.5pts)</b>	<b>Insuficiente (&lt; 1pto)</b>	<b>Ausente (0pts)</b>
El contenido creado cuenta con un relato asociado al propósito y a la temática de este o explicación con sentido lógico. Hay un mensaje claro, conciso y logra conectar con el espectador. Se evidencia un sentido claro de inicio a fin, y en caso de ser una historia de vida se cuenta con un problema, clímax y solución, lo que la vuelve entretenida o emotiva. Se culmina con un llamado a la acción.	Se cuenta un relato relacionada al contenido y su propósito. No obstante, a pesar de tener un mensaje claro, no es concisa y/o no logra conectar con el espectador. Existe un sentido claro de inicio a fin, pero se pierde por momentos. De ser Storytelling, carece de alguno de los elementos (problema, clímax o solución). Puede ser inspiradora, pero no hace un llamado a la acción.	Presenta una historia o relato que no está relacionada con el contenido y su propósito. Puede no tener un mensaje claro, o no ser concisa ni conectar con el espectador. No existe un sentido claro de inicio a fin. No agrega elementos que hagan que la historia se vuelva inspiradora ni hace un llamado a la acción.	No presenta una historia o relato.

**Criterio #3: producción y post producción multimedia (4 puntos)**

<b>Adecuado (2pts)</b>	<b>Parcial (1 – 1.5pts)</b>	<b>Insuficiente (&lt; 1pto)</b>	<b>Ausente (0pts)</b>
La pieza audiovisual presentada muestra manejo de las	La pieza audiovisual presentada muestra un manejo parcial	La pieza audiovisual presentada no muestra un manejo de las recomendaciones	No presenta pieza de contenido audiovisual.

<b>Adecuado (2pts)</b>	<b>Parcial (1 – 1.5pts)</b>	<b>Insuficiente (&lt; 1pto)</b>	<b>Ausente (0pts)</b>
<p>recomendaciones para hablar ante las cámaras: uso adecuado del lenguaje verbal y no verbal; se habla con claridad, fluidez y seguridad; el fondo es llano y no hay elementos visuales ni ruidos que distraigan al espectador. Se hace uso de las recomendaciones para grabar: se graba en horizontal, se hacen diferentes cortes y se nota el uso de diferentes tomas, planos y ángulos con la cámara. Se hace uso de herramientas de edición básicas y de otros recursos disponibles para lograr mejores resultados.</p>	<p>de las recomendaciones para hablar ante las cámaras y de las recomendaciones para grabar. No se evidencia un correcto uso de herramientas de edición básicas.</p>	<p>para hablar ante las cámaras y para grabar. No se hace uso de las herramientas de edición básicas.</p>	

A partir de dicha rúbrica se calificó cada pieza de contenido de las personas voluntarias y se hicieron las observaciones correspondientes para obtener resultados de sobre los conocimientos adquiridos (Anexo 27). En el primer criterio los participantes obtuvieron 2,9 sobre 3 debido a que las propuestas presentadas cumplían con todos los requisitos, excepto dos de ellas, que necesitaron acompañamiento para poder realizarse. En el segundo criterio se obtuvo un promedio de 2,4 sobre 3 ya que se quería lograr que la historia y el relato sean breves y concisos, sin dejar por fuera el orden establecido (Inicio, problema, desarrollo, climas, solución y desenlace); sin embargo, cinco relatos recibidos, a pesar de cumplir con dicho orden, no fueron breves. En el último criterio obtuvieron 3,7 sobre 4 debido a la calidad del audio o del vídeo de cuatro piezas de contenido audiovisual se vio comprometida por los recursos tecnológicos. A partir de ello, se constató un promedio total de 9.06 sobre una puntuación máxima de 10. Con dichos resultados se comprobó que las y los participantes obtuvieron calificaciones óptimas, ya que el contenido de cada uno cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación, lo cual implica que adquirieron los conocimientos necesarios en el taller logrando el objetivo inicial.

### ***Perfil de carrera y evaluación de componente***

Se pudo aplicar al proyecto varios de los subsistemas de recursos humanos existentes, desde planificación, reclutamiento, selección, inducción y desarrollo, lo cual permitió poner en práctica y experimentar de primera instancia los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje de la carrera. El reclutamiento se realizó en la búsqueda de los expositores con perfiles idóneos para cada taller. En este caso, se logró poner en práctica estrategias como la búsqueda a través de recomendaciones y por medio de la red profesional de LinkedIn. La selección sucedió una vez que se concluyó cuáles eran los perfiles pertinentes que cumplan con los requisitos y objetivos de cada

taller. Asimismo, se prosiguió contactando con dichas personas mediante correo electrónico, medio a través del cual se logró coordinar las actividades y proseguir con la planificación de los talleres. La inducción se realizó al momento que se presentó y explicó a cada expositor el proyecto de La Vereda, logrando un interés de cada profesional contactado.

Por otra parte, para el correcto desarrollo de estos talleres se llevó a cabo un monitoreo de estos, llevando un orden bajo planificación con una constante revisión para cumplir los objetivos. Ello permitió entender la importancia de mantener siempre el contacto y la coordinación en conjunto de quienes participan en las actividades. Esto debido a que en la fase de desarrollo de estos talleres se presentaron algunos inconvenientes en la coordinación de actividades con las y los tutores asignados para cada clase planificada, los cuales pudieron ser resueltos de forma inmediata por las y los integrantes del proyecto. Dado ello, se lograron obtener aprendizajes nuevos relacionados con la práctica, ya que gracias a esos inconvenientes presentados se logró crear soluciones y hacer frente a adversidades, lo cual es muy importante dentro del campo laboral de los recursos humanos.

También bajo el perfil de recursos humanos se hizo una recolección de datos sobre diferentes temas políticos y sociales relacionados con los Derechos Humanos y situación laboral nacional e internacional actual de personas de grupos vulnerables, con lo cual se consiguió obtener una idea clara y mucho más amplia respecto a lo que se enfrentan las personas en condición de movilidad humana. Esto último permitió concluir que muchas personas no ejercen su profesión, no únicamente por temas legales sino por escasas vacantes en el campo laboral público y privado. Esto ha permitido comprender la importancia de crear nuevos mecanismos y estrategias que les aseguren

sus derechos laborales a la comunidad venezolana para que tengan la oportunidad de ejercer dignamente.

En conjunto con las demás carreras presentes en el grupo, se pudo trabajar en equipo, en lo que estuvo muy presente la importancia del organigrama, ya que se estableció y respetó las funciones de cada participante bajo el mismo objetivo en común, lo cual se debe a que hubo agilización de procesos y capacidad de adaptación ante cualquier cambio que haya surgido.

### ***Evaluación del Nivel de Satisfacción de los Asistentes Hacia los Talleres***

**Integrante responsable.** Portés Cereceda Ricardo Iván

**Carrera.** Comunicación Social con mención en Redacción Creativa

Luego de impartir los diferentes talleres para aportar a la comunidad venezolana con conocimientos y destrezas que permitan a esta convertirse en creadora de contenido, se realizó una encuesta a todas las personas que participaron en los mismos, con el objetivo de conocer sus opiniones y nivel de satisfacción respecto a los talleres dados. Esta encuesta, realizada a través de Google Forms, estaba conformada por 10 preguntas y antes de iniciar con ella se le explicó a los participantes el objetivo de la misma, los criterios de confidencialidad de la información y su uso para fines académicos, así como la naturaleza de las preguntas a responder: preguntas breves, la mayoría de ellas de carácter cerrado con opciones de respuesta, siendo la última de ellas una pregunta abierta para dejar algún comentario o sugerencia sobre los talleres dados. Este cuestionario fue enviado a través de mensajería instantánea (WhatsApp), que fue la herramienta usada para contactarse con las y los participantes durante todo el proceso, y posterior a ello se obtuvieron resultados (Anexo 26)



En lo que respecta al lenguaje o la terminología utilizada para los diferentes talleres, el 73,1% de los encuestados no tuvieron problema con aceptar los términos utilizados en estas sesiones educativas, calificando la recepción del contenido como algo fácil. El 26,9% restante, catalogaron la recepción de las terminologías como algo de dificultad normal o promedio. Por ende, no hubo problemas en la recepción del mensaje, terminología y conceptos impartidos en los talleres, por lo que puede considerarse que en este aspecto los mimos cumplieron su objetivo de ser aptos para personas con diferentes niveles de conocimiento y destrezas digitales. Adicionalmente, el 100% de los estudiantes consideraron que el taller aportó una buena cantidad de aprendizaje, por lo que fueron apreciados por la comunidad asistente.

Algo que también fue importante es presentar horarios flexibles o convenientes, ya que los participantes de los talleres cursaban su jornada laboral durante el día. En este aspecto, el 96,2% de los encuestados consideraron el horario proporcionado como flexible, por lo cual se puede inferir que se tomó una buena decisión con respecto a las horas en las que los talleres fueron impartidos. Dichos talleres fueron transmitidos en horarios que variaban entre las 18H30 hasta las 21H00 en días entre semana.

Las asistencias a los talleres fueron variadas. El 30,8% de los estudiantes asistieron a la totalidad de los talleres. Respecto a cada taller: se obtuvo un 30,8% de asistencia en el Taller de redacción de contenidos y storytelling; un 34,6% en el taller Cómo hablar ante la cámara y consejos de manejo de cámaras; El taller que pareció tener mayor relevancia entre los voluntarios fue el Taller de difusión de contenido digital, con un 42,3% de asistencia. Esto puede deberse a que estas personas han sido capacitadas por HIAS en aspectos relacionados al emprendimiento, por lo que el tema abordado en el último taller pudo ser de mayor interés para el perfil de las personas que asistieron. Sin embargo, se encuentran otras variables que determinan el nivel de

asistencia a los talleres. La mayoría de las y los asistentes que se ausentaron en alguno de los talleres dictados, representada por una porción del 34,6% del total, no pudieron asistir debido a otras responsabilidades, mientras que otro 23,1% no asistió debido a problemas de conexión a internet o con el dispositivo electrónico que usa, dejando al 15,4% restante que se ausentó debido a falta de tiempo.

En cuanto al nivel de satisfacción con respecto a la educación impartida, está en ningún caso fue considerada como negativa o mala, por lo que el 61,5% de los asistentes afirmaron que su satisfacción fue muy buena, mientras que el 34,6% la catalogó como buena y el 3,8% como normal. Además de ello, el 100% de las y los encuestados están interesados en volver a asistir a más talleres de La Vereda. Por ende, se puede inferir que los talleres fueron impartidos de manera efectiva y que cumplieron mayoritariamente con las expectativas de las personas, por lo que obtuvo un buen recibimiento y un muy buen nivel de satisfacción.

Por último, en cuanto a los comentarios recibidos por las y los participantes de los talleres, se puede decir que en su mayoría estos fueron positivos. De los comentarios recibidos, la mayoría de estos comprueban la satisfacción de las personas en relación con los talleres; sin embargo, tres de los comentarios recibidos indicaban sugerencias para próximos talleres, como considerar el uso de varios horarios y no solo uno, o que los talleres de difusión de contenido digital y *Media Training* (cómo hablar ante las cámaras y manejo de cámaras) sean abordadas con más tiempo y en diferentes sesiones. De esta manera, la opinión de las personas voluntarios en los talleres indica el alto nivel de aceptación y satisfacción, así como agrega sugerencias que deben ser consideradas para futuros talleres.

Ante ello se puede concluir que, si bien se presentan dificultades para la asistencia de todos los talleres, la docencia fue impartida de forma satisfactoria, y el grupo de asistentes encuestado está satisfecho con los talleres otorgados, así como demuestra interés en recibir más talleres de esta índole, por lo cual, basado en la opinión de las personas, se puede considerar esta modalidad como exitosa y la docencia impartida como efectiva.

### ***Perfil de carrera y evaluación de componente***

Los talleres en sí fueron un gran aporte desde la perspectiva de la comunicación. Ayudaron a refrescar las bases y perspectivas comunicacionales que resultan en buenas piezas audiovisuales. Si bien los talleres estuvieron destinados para la comunidad venezolana, La Vereda y sus miembros pudieron acoplar los conocimientos impartidos en el taller, ya que este medio se enfoca en la difusión de contenido, redacción de narrativas, y el segmento de reportajes apelaba también al hablar directamente frente a una cámara. Fue enriquecedor para mantener una comunicación efectiva en el medio, además de funcionar como un apoyo para obtener contenido de parte de la comunidad en su mejor ejecución posible.

Específicamente desde la perspectiva de la Comunicación Social con mención en Redacción Creativa, el medio funciona como una práctica no solamente publicitaria a través de la conceptualización de piezas que cumplan con objetivos específicos; también funciona para enriquecer educacionalmente, al tener que sintetizar narrativas y generar guiones extensos. El redactor creativo también amplió sus horizontes profesionales al tener que dedicarse a labores que no acostumbraba, como la edición de múltiples videos para los contenidos del medio. De igual manera, los integrantes de La Vereda se vieron envueltos en escenarios similares, en los cuales tuvieron que salir de su zona de confort

profesional, y aportar al proyecto en maneras que normalmente no acostumbrarían a hacer. Por ejemplo, organización de eventos y relaciones públicas, o entrevistas que indagaban desde lo superficial hasta lo personal.

No está de más hacer hincapié en lo importante que es para la carrera de redacción abordar este proyecto. Específicamente en el segmento La Ventana, los reportajes gestionados por La Vereda demandan una redacción extensa sobre las problemáticas que necesiten abordarse; son dependientes de una labor investigativa extensa, y es necesario sintetizar mucha información en una forma digerible para la audiencia.

Por otra parte, desde la redacción creativa se logró comprender la importancia de la labor de sintetizar narrativas, las cuales deben abordarse estratégicamente, intentando dar la mayor cantidad de información en la menor cantidad de tiempo posible, y simultáneamente no comprometer el discurso que se transmite. Requiere además un cuidado del lenguaje, y verificar múltiples veces y con diversas fuentes la información que se está abordando. El segmento informativo en la parrilla de contenido también demanda una entrega de calidad, por lo que no solo nutre en el aspecto de la redacción, también nutre en el campo de la presentación oral. En el manejo de La Vereda, el redactor del equipo pudo incidir tanto de la redacción de los reportajes, como de la dirección, y edición del este. También se lograron adquirir nuevas destrezas desde el rol de presentador y anfitrión en el segmento de reportajes, y se logró aportar también con verificación de datos y críticas constructivas para la ejecución del guion. Este probó ser un desafío y una práctica de generación de contenido y trabajo en equipo, aportando con gran valor tanto al proyecto como a los integrantes a cargo del segmento informativo, La Ventana, y el resto del proyecto.

### Componente 3

El tercer y último componente del proyecto aborda la creación y difusión de contenido para el medio construido. Para ello se trazó como meta la creación y difusión de historias y contenido diversificado en base a testimonios provenientes de la comunidad venezolana y receptora. El contenido creado y difundido en La Vereda tiene tres tipos de procedencia: contenido creado por voluntarios y voluntarias de los talleres de *Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida*; contenido creado por personas voluntarias de ambas comunidades que se contactaron a través de redes sociales; y contenido creado por los miembros del proyecto La Vereda, ya sea de forma propia, a través investigaciones o de entrevista con personas de la comunidad venezolana y receptora, o en colaboración con organizaciones, fundaciones u otros proyectos de aplicación profesional de la Universidad Casa Grande. De esta forma, para que el contenido recibido o creado pueda cumplir con un estándar de calidad, se crearon parámetros que permitan asegurar los valores, visiones, políticas y demás lineamientos establecidos por el proyecto.

Para la evaluación de este componente se definieron dos indicadores: la polifonía de voces y calidad del contenido, y la cantidad de aportes e historias construidas y difundidas. Por ello, se crearon dos matrices de evaluación de contenido que califican diferentes criterios en una escala del 1 al 5, una para monitorear la calidad del contenido de entretenimiento (narrativo-vivencial), y otra para el contenido informativo, a través de las cuales se puede conocer la cantidad de piezas creadas y difundidas, y si estas cumplen con los requisitos autoimpuestos por el proyecto relacionados con la exposición de diversas realidades, las visiones y políticas establecidas.

Por otro lado, como parte de este proceso, en esta sección también se analiza los resultados obtenidos de la encuesta de contenido al grupo muestra. En este caso, se

evalúan las respuestas de corte cualitativo que permiten entender como el contenido creado y difundido hizo sentir a las personas que lo consumieron dentro de este grupo mencionado. De esta manera, se logra complementar la evaluación de la calidad del contenido con la opinión de personas que lo consumieron y determinar si este cumple su objetivo tomando como referente a esta muestra.

### ***Monitoreo de la Calidad del Contenido de Entretenimiento***

**Integrante responsable.** Freire Baca Paul Andrés

**Carrera.** Comunicación social con mención en marketing y gestión empresarial

Para el monitoreo de la calidad del contenido de entretenimiento, que para el caso del proyecto es de carácter narrativo-vivencial, se creó una rúbrica (Tabla 7) que evalúa el contenido en base a una serie de parámetros establecidos en el Manual de Estilo y Manual de Marca, en una escala creada que califica del 1 al 5 dichos criterios, y que se acompaña de una descripción donde se resalta el formato del contenido y de qué manera aborda la temática de la movilidad humana. Dado ello, la escala fue definida de la siguiente forma:

1. El contenido no cumple con criterios establecidos por La Vereda
2. Cumple con una cantidad mínima de los criterios establecidos por La Vereda.
3. El contenido cumple con la media de criterios establecidos por La vereda.
4. El contenido cumple en gran parte con los criterios establecidos por La Vereda.
5. El contenido cumple con todos los criterios de La Vereda.

**Tabla 7***Rúbrica de evaluación de contenidos de entretenimiento de La Vereda*

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					
Calidad del lenguaje y narrativa					
Calidad del formato del contenido					
Manejo del lenguaje inclusivo					
Invitación a la acción e interacción					

Dentro de esta tabla, el criterio de Línea Gráfica califica el correcto uso del logo, fuentes, tamaños, colores y demás especificaciones del Manual del Marca. El criterio Calidad del lenguaje y narrativa se refiere a que no existan faltas ortográficas, exista una correcta redacción, que el lenguaje empleado, de manera oral y escrita, vaya acorde al estilo del medio, no haga uso de palabras malsonantes o vocabulario discriminante, y que la narrativa llame la atención del usuario. La Calidad del formato califica que el contenido creado cuente con las especificaciones mínimas abordadas en el Manual de Estilo en relación con el formato, como buena resolución de foto y vídeo, audio en óptima calidad y correcta edición. En cuanto al criterio de Manejo del lenguaje inclusivo, este califica que se use las normas de Lenguaje Inclusivo explicados en el Manual de Estilo, procurando que todas las piezas de contenido, de manera oral o escrita, sean incluyentes en cuanto a género. Y, por último, la Invitación a la acción o a la interacción busca que el contenido publicado invite, ya sea de forma oral o escrita, al público a tomar acciones, ya sea como reflexionar o empatizar, y a que interactúe con el medio.

Se han recolectado un total de 26 testimonios vivenciales en diferentes formatos, literario, ilustrado/animado y grabación audiovisual. El análisis llevado a cabo a través

de los criterios de evaluación demuestra que el trabajo realizado ha sido colaborativo, la investigación de campo requiere de la participación del grupo objetivo, y de la creación de alianzas estratégicas con proyectos y organizaciones de la sociedad civil que trabajan problemáticas de movilidad.

Asimismo, las revisiones realizadas con la rúbrica (Anexo 28 y Anexo 29) permiten corroborar que las guías de preguntas cumplen su función orientativa en la construcción de los relatos. Uno de los factores a considerar que no ha cumplido a cabalidad con la rúbrica, es el incentivo de interacción, ya que el contenido de la plataforma web, a pesar de hacer contener llamados a la acción, no se encuentra representado de manera íntegra en las redes sociales del Proyecto. De esta manera 15 de las 26 historias recolectadas no se encuentran plasmadas en ambas plataformas virtuales. De este modo, el 57, 69% del total de las historias no se han promovido en ambos espacios.

Es importante recalcar, sin embargo, que otras colaboraciones contribuyen a una mayor difusión. Otro factor importante para tener en cuenta es la calidad del contenido obtenido. Este se ha visto comprometido debido a las condiciones de pandemia, pues estas han promovido entrevistas telepresenciales que dependen de la conexión a Internet o de los insumos tecnológicos de los proveedores. De esta forma 3 de los 26 testimonios poseen un contenido de baja calidad audiovisual. Aun así, esta complicación solo afecta al 8,66% de las historias recopiladas. Esta situación además se solventa con otros insumos como lo son las ilustraciones animadas.

### ***Perfil de carrera y evaluación de componente***

El perfil de carrera es consecuente con las actividades a evaluar en tanto que requiere del diseño y evaluación de estrategias de comunicación. Esto debe llevarse a



cabo a través de dos propósitos: una comunicación social efectiva que permita visibilizar las realidades experimentadas por la comunidad migrante de la localidad y propiciar que estas sean recibidas desde la empatía. De la misma forma esta estrategia comunicativa tiene como objetivo establecer la identidad del proyecto para que sea efectivamente reconocido por las audiencias. Estos dos objetivos se materializan a través de la construcción y ejecución de la rúbrica de evaluación.

Los aprendizajes obtenidos en el ámbito de la carrera están influenciados por dos circunstancias: la pandemia por COVID-19 y la conformación interdisciplinaria del equipo de trabajo. La primera supone un riesgo debido a que condiciona la calidad de los testimonios tanto en el trabajo de campo como en la elaboración del producto comunicacional. Por lo que la flexibilidad y el uso de otros recursos han tenido que utilizarse para complementar esta situación. El segundo aprendizaje es proveído por los conocimientos compartidos con el equipo del proyecto. Esta estrategia comunicacional materializada a través de los testimonios vivenciales está contextualizada y elaborada por todas las disciplinas participantes en base a la realidad social de la población migrante.

Dentro de las competencias adquiridas se encuentra una muy importante, algo que se suele perder en el mundo del Marketing: valorar el talento humano y una buena investigación como punto de partida. Dado ello, se reconoció uno de los pilares fundamentales del marketing: las personas. Esto se pudo observar durante la evaluación de los contenidos, ya que al tener que revisarlos (e incluso verlos varias veces) se pudo realizar una lectura hermenéutica de cada uno de estos ellos, debido a se prestó especial atención a los detalles dentro de cada pieza de comunicación. Asimismo, ello se pudo evidenciar durante el resto de la ejecución del proyecto, ya que al ser algo tan humano, a medida que se fueron creando y evaluando uno a uno los contenidos, el equipo

interdisciplinario pudo conectar un poco más con estas realidades que eran ajenas hasta antes de iniciar La Vereda.

Muchas veces las y los profesionales del Marketing se sientan detrás de un escritorio y ven todo el mundo por internet, olvidando que su trabajo es conectar con las personas y hacer que se enamoren de su marca o producto. En este caso se pudo emplear las estrategias y conocimientos de marketing para un proyecto social, por lo tanto, la experiencia significó salir de la zona de confort. Todo ello en medio de un contexto de pandemia, donde no era permitido salir de los hogares y en el que todas y todos se encontraban precautelando la seguridad ante el riesgo de contagio de COVID-19; no obstante, cuando las condiciones lo permitieron, se decidió que era importante involucrarse más con las y los miembros de la comunidad venezolana, y las salidas de campo realizadas fueron un detonante importante para crear una conexión con este grupo, ya que por medio de los acercamiento se pudo evidenciar todas las carencias de esta comunidad, y a su vez todas las fortalezas que no forman parte del interés de los medios de comunicación. De esta manera el grupo interdisciplinario logró palpar una realidad antes desconocida, la cual permite percibir las comodidades y privilegios que se poseen, y comprender la manera en que el no ser consciente de estos causa estragos negativos sobre grupos más vulnerables y menos privilegiados de la sociedad.

Realizar este proyecto cambió la perspectiva del grupo interdisciplinario acerca de la movilidad humana, y ayudó a entender las difíciles realidades de las personas en condición de calle o que trabajan bajo la informalidad, las cuales en muchas ocasiones son vistas de forma negativa. Todo ello ha permitido elevar la empatía y el compromiso por buscar un trato justo con todas y todos los miembros de la sociedad.

***Monitoreo de la Calidad del Contenido Informativo***

**Integrante responsable.** Moreno Vera José Fernando

**Carrera.** Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Como parte de las actividades de este componente, se crearon piezas de contenido de carácter informativo en diferentes formatos, ya sea vídeo, ilustraciones o podcast. El objetivo principal de este tipo de contenido era contrarrestar los juicios sin fundamento que existen alrededor la llegada de personas venezolanas a Ecuador, así como acercar a los usuarios a que conozcan problemáticas sociales que afectan a la comunidad de personas en condición de movilidad humana. Para ello, se trabajó con diferentes organizaciones y proyectos de aplicación profesional de la Universidad Casa Grande, los mismos que permitieron abordar la temática de la movilidad humana desde diferentes enfoques y disciplinas, permitiendo abordar diferentes aspectos de ella.

Para el caso del monitoreo del contenido informativo se creó una rúbrica (Tabla 8) que lo evalúa en base a una serie de parámetros establecidos en el Manual de Estilo y Manual de Marca, al igual que la rúbrica que evalúa el contenido de entretenimiento. Con el objetivo de que el contenido informativo pueda contar con sustento académico, se decidió agregar dos criterios además de los ya establecidos, los cuales están relacionados a la investigación: veracidad y credibilidad de la fuente, y que esta se encuentre citada. Al igual que con la evaluación anterior, esta rúbrica está acompañada de una descripción que resalta el tipo de formato en el que se realizó el contenido y la información sobre lo que se aborda en dicha pieza, lo cual permite conocer si se cumple con la diversificación de formatos deseada y la manera en que el contenido difundido se relaciona con la movilidad humana. Por ello, y de la misma forma que en la rúbrica anterior, estos criterios fueron calificados en una escala del 1 al 5 de la siguiente forma:

1. El contenido no cumple con criterios establecidos por La Vereda.
2. Cumple con una cantidad mínima de los criterios establecidos por La Vereda.
3. El contenido cumple con la media de criterios establecidos por La vereda.
4. El contenido cumple en gran parte con los criterios establecidos por La Vereda.
5. El contenido cumple con todos los criterios de La Vereda.

### Tabla 8

#### *Rúbrica de evaluación de contenidos informativo de La vereda*

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					
Calidad del lenguaje y narrativa					
Calidad del formato del contenido					
Manejo del lenguaje inclusivo					
Invitación a la acción e interacción					
Calidad de la fuente					
Cita de la fuente					

En cuanto a los criterios de esta rúbrica, la mayoría de ellos fueron abordados en la tabla anteriormente presentada para la evaluación del contenido de entretenimiento, debido a que se busca que el contenido informativo cuente con estos mismos estándares; no obstante, el criterio *Calidad de la fuente* agregado tiene como fin calificar que la fuente usada para informar algún dato o acontecimiento sea veraz y creíble, evitando así el uso de fuentes no académicas o sin credibilidad. Del mismo modo, el criterio de *Cita de la fuente* califica que las fuentes usadas se encuentren citadas, de manera oral o escrita, en las piezas de contenido. Cabe recalcar que, para estos criterios, dentro del

Manual de Estilo se especifica cuáles pueden ser los orígenes de las fuentes, ya sea relato o testimonio de primeras o terceras personas, así como fuentes obtenidas de investigación, haciendo uso de fuentes académicas, otros medios de comunicación, informes y reportes oficiales, entre otras.

De esta manera, se logró crear 11 piezas de contenido informativo en diversos formatos (imagen, vídeo, podcast), tanto para la página web, como para las redes sociales. Estas abordan diferentes temáticas y se relacionan con la movilidad humana o la comunidad venezolana en Ecuador, también cuentan con la participación de personas de ambas comunidades, receptora y venezolana, y en este contenido creado se incluye no solo información proveniente de investigación sino también testimonios y experiencias que permiten profundizar más en las problemáticas abordadas. Entre los temas tratados en el contenido informativo se destacan: prejuicios sobre la comunidad venezolana (como criminalidad y competencia laboral), el aspecto psicosocial de la movilidad humana, procesos de regularización de personas indocumentadas, y la situación de grupos vulnerables dentro de la movilidad humana, como los niños, niñas y adolescentes, las mujeres trabajadoras sexuales, entre otros.

Del contenido informativo, todas las piezas cumplen con los criterios diseñados para este tipo de contenido. Todas ellas hacen uso de fuentes permitidas en el Manual de Estilo y son de carácter confiable y veraz, así como todas las fuentes usadas fueron mencionadas, ya sea de forma oral o escrita, dentro de las piezas de contenido creadas y difundidas. En cuanto a los otros criterios que evalúan la calidad del contenido, todos se cumplen a cabalidad excepto uno: Manejo del lenguaje inclusivo. El manejo del lenguaje inclusivo se cumple con todos sus lineamientos en 8 de las 11 piezas de contenido creadas; sin embargo, en tres ilustraciones este criterio se cumple de manera incompleta, ya que, a pesar de que las descripciones si hacen uso del lenguaje requerido,

las ilustraciones no, dando lugar al uso del masculino plural de manera genérica, como *venezolanos* o *ecuatorianos*, dejando de lado la regla de especificar ambos géneros. No obstante, como parte del proceso de monitoreo se pudo observar que esta falencia se debe a que las tres piezas mencionadas fueron creadas y difundidas antes de la creación del Manual de Estilo, por lo que no existían todavía los parámetros para el uso del lenguaje inclusivo que guiaran la elaboración y difusión de estas, a diferencia del resto de piezas que hay contaban con lineamientos para todos los criterios.

Dado ello, la evaluación del contenido informativo por medio de la rúbrica (Anexo 30 y Anexo 31), la cual especifica los criterios de evaluación y hace un recuento y demuestra las diferentes narrativas, aportes y diversidad de la población venezolana en condición de movilidad humana, permite demostrar que las piezas cumplieron con el objetivo del componente. Ello, ya que se ha podido no solo aportar para contrastar información de forma colaborativa con miembros de ambas comunidades en conjunto y con el apoyo de organizaciones de la sociedad civil, desde sus propias experiencias y conocimientos, sino que también se aportó para que la comunidad receptora guayaquileña pudiera conocer una perspectiva distinta de la comunidad venezolana y otras en condición de movilidad humana, así como se ofreció una alternativa que permitió a las personas guayaquileñas contrastar información tergiversada que circula en otros medios de comunicación y redes sociales respecto a las y los miembros de la población venezolana en el país.

Además, como se ha mencionado anteriormente, se realizó una encuesta enfocada a conocer las opiniones y actitudes de las personas de un grupo muestra, dentro de la cual se realizó una pregunta abierta enfocada a explorar en la manera como las personas encuestadas se sintieron al consumir contenido de La Vereda. Para la

evaluación de los resultados de esta pregunta se usó categorías que permitan clasificar las respuestas (Anexo 24). De esta manera, los resultados obtenidos son los siguientes:

Las respuestas presentadas son en su gran mayoría positivas, ya que entre ellas mencionan sentirse identificadas y conectadas con el contenido difundido. Como parte de ello, dentro de las respuestas, 60 de estas se relacionan con la empatía, entre lo cual mencionan sentirse conscientes de la posición privilegiada que tienen respecto a la población en condición de movilidad humana, así como manifiestan una intención de querer ayudar a la comunidad venezolana, o expresan sentimientos ligados con tristeza, culpa o enojo en relación con la situación de inequidad que sufre esta comunidad. Otra de las categorías que más se repitió entre las personas encuestadas (33 respuestas), y que concuerda con los resultados antes mostrados, es que el contenido las hizo sentir informadas y entendidas en cuestiones sociales que antes desconocían, entre ellas la realidad de esta población, así como se menciona que los datos y testimonios presentados permiten conocer aspectos de esta realidad que no son abordados por otros medios de comunicación. Asimismo, 29 respuestas obtenidas del grupo de muestra reflejan emociones positivas, entre las cuales expresan que les gustó escuchar historias resilientes y de personas que, a pesar de atravesar situaciones adversas, son mostradas con un enfoque distinto y alentador que hace énfasis en la superación. Mientras que otra parte (25 respuestas) dice sentirse intrigada e interesada respecto a la realidad de las personas en condición de movilidad humana. De entre todas las respuestas obtenidas, solo tres personas manifestaron sentirse indiferentes a las realidades y datos presentados.

*Perfil de carrera y evaluación de componente*

Desde la politología y las relaciones internacionales se ha podido aportar de diferentes formas al proyecto, siendo la evaluación del contenido informativo una de ellas. Dado que entre las actividades para este componente se encontraban la creación de contenido que permita a la comunidad receptora comprender la experiencia de movilidad humana que atraviesa la población venezolana, entrevistar y tratar con personas en condición de movilidad humana, y exponer la situación de estas desde la investigación y usando un enfoque apropiado a los derechos humanos, se puede decir que el perfil de la carrera jugó un rol importante e indispensable. Además de ello, la aplicación de enfoques como el de movilidad humana y género, así como la creación de políticas y lineamientos inclusivos y responsables necesarios para crear los criterios que sirvieron para guiar el proyecto y el proceso de elaboración y difusión del contenido y su posterior evaluación, fueron espacios a través de los cuales se pudo aplicar los conocimientos de las ciencias políticas, desde diferentes áreas, como la sociología, la psicología social, los derechos humanos, la política internacional, la teoría política, o la comunicación política.

Además de ello, este proyecto aportó una serie de aprendizajes relacionados al perfil de la carrera de las ciencias políticas y relaciones internacionales. Lo más importante es que permitió conocer a profundidad sobre la movilidad humana y adentrar en la realidad de las personas que se encuentran en esta condición ya sea en cualquiera de sus diferentes categorías (migración, refugio, desplazamiento, retorno, trata y tráfico de personas, entre otros). Gracias a ello, se ha podido conocer como las diferentes problemáticas sociales afectan de mayor manera a estas personas, lo cual ha ayudado a comprender la necesidad de crear alternativas con enfoques inclusivos que permitan que esta población goce de sus derechos fundamentales e inherentes de cualquier ser



humano, algo que no solo es necesario de solucionar en el Ecuador, sino en el resto del mundo.

Por otro lado, se ha logrado comprender la importancia y la necesidad de alternativas desde el ámbito comunicacional con enfoques políticos para defender los derechos de las personas en condiciones vulnerables y combatir la violencia que estos sufren, en sus diferentes tipos y formas. Dado ello, el proyecto ha permitido experimentar la forma en que la politología puede aportar desde la comunicación al establecimiento de una sociedad más justa, empática e inclusiva, de manera que los derechos de todos y todas puedan ser cubiertos sin excepción.

Del mismo modo, el trabajo realizado en el proyecto ha permitido experimentar, de manera personal, los aportes y beneficios que conlleva trabajar de forma colaborativa, inclusiva y horizontal con el grupo beneficiario, especialmente si se trata de proyectos con causa social. Ello ha llevado a que se pueda comprender la necesidad de aplicar este tipo de estrategias cuando se trabaja en beneficio de un grupo de personas, sobre todo personas en condiciones de vulnerabilidad, así como la importancia de que estos enfoques y paradigmas sean aplicados en los procesos de creación y ejecución de las políticas públicas o programas sociales.

Asimismo, debido al objetivo del proyecto, se ha podido incorporar nuevas destrezas de otras áreas que pueden ser extrapoladas a la politología. Entre ellas, se encuentra la construcción de sitios web y conocimientos básicos de programación, la creación de estrategias de comunicación a través de redes sociales, el manejo de diversas herramientas y aplicaciones para crear contenido, y a tratar y trabajar de forma responsable (desde el ámbito psicosocial) con personas en condición de movilidad humana. De esta manera, se ha logrado conocer nuevos espacios en el que la carrera de

las ciencias políticas y las relaciones internacionales pueden jugar un rol, así como se han adquirido habilidades que pueden usarse para incidir en otros campos.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Como conclusión, se puede decir que se logró construir un canal de comunicación comunitario, digital y bicultural, La Vereda, con el cual se ha podido otorgar representación mediática a la comunidad venezolana en Guayaquil y a la comunidad receptora que ya empatiza con esta. Además de ello, este se convirtió no solo en un espacio de representación, sino también en uno de empoderamiento, donde los miembros de ambas comunidades fueron las y los creadores de su propio contenido, el cual fue elaborado desde sus propias narrativas y recursos. Asimismo, se aportaron conocimientos básicos que permitieron afrontar las limitaciones de la población venezolana en cuanto a recursos, capacidades y conocimientos tecnológicos, de manera que ellos y ellas pudieron contar sus historias y mostrar sus diversas realidades. Y, por último, la creación de este medio junto con la construcción de capacidades permitió la elaboración y difusión de historias y otros tipos de contenidos basados en los testimonios provenientes de la comunidad venezolana y receptora.

A partir de ello, y en base a los resultados obtenidos, se puede inferir que la creación de contenido de valor y la construcción de espacios de visibilidad y representación se vuelven importantes para mitigar los efectos de la xenofobia y la discriminación. Ello es mucho más relevante en contextos caracterizados por problemas sociales y sus progresivos agravamientos, como es el caso actual de Ecuador que se ve afectado por una crisis multicausal empeorada por las condiciones de la pandemia ocasionada por el COVID-19, donde las expresiones de violencia se tornan más evidentes y se traducen, por ejemplo, en rechazo hacia grupos vulnerables. Dado ello, es

primordial resaltar la responsabilidad que tienen los medios de comunicación tradicionales y el Gobierno Nacional, cuyos discursos están orientados a alimentar dicha violencia a través del uso de enfoques erróneos y simplistas de las diversas realidades que engloba la movilidad humana.

Asimismo, y gracias a la investigación realizada, se puede concluir también que el rechazo que sufre la población venezolana en condición de movilidad humana en el Ecuador, al igual que otras personas que atraviesan la misma situación en diversas partes del mundo, no solo se debe al lugar de origen del individuo (partiendo del concepto de la otredad), sino que también se ve influenciada por su condición de pobreza y necesidad. De esta manera, la población venezolana se ve afectada por la xenofobia y la aporofobia que vulneran sus Derechos Universales e impiden que sus miembros gocen efectivamente de estos. Es por ello que, desde el ámbito comunicacional, la aplicación de enfoques basados en derechos humanos, como los enfoques de género y de movilidad humana, son necesarios para evitar fomentar la violencia y sus diversas expresiones, así como para generar nuevos imaginarios que sean propicios para alcanzar condiciones de igualdad.

Del mismo modo, la experiencia sistematizada del proyecto La Vereda permite constatar que el contenido creado y difundido con el objetivo de generar empatía puede generar nuevas visiones y percepciones respecto a la movilidad humana y las personas en dicha condición. De acuerdo con la encuesta, dentro del grupo de personas voluntarias que formaron parte de la prueba del contenido, estas manifestaron que dicho contenido difundido logró conectarlas con las realidades de las personas venezolanas, y muchas de ellas comentaron que se volvieron conscientes de situaciones que desconocían o ignoraban respecto a la movilidad humana y la situación que afronta la comunidad venezolana en Ecuador. Por lo tanto, se puede comprobar que el contenido

elaborado bajo estos enfoques basados en Derechos Humanos puede ser visto como una herramienta alternativa que permita mitigar los efectos de los discursos dominantes, ante lo cual el uso del enfoque de resiliencia como proceso de humanización demostró servir, no solo para que aumente la exposición de narrativas positivas sobre la realidad de la comunidad venezolana en los medios de comunicación, sino también para esta población pueda ser percibida de una forma distinta a la mostrada en medios tradicionales.

Por otra parte, cabe resaltar que en la ejecución del proyecto La Vereda, este proceso de creación de contenido pudo darse gracias a dos factores principales: en primer lugar, los talleres virtuales que permitieron construir las capacidades necesarias para que estas personas puedan ser las y los gestores de contenido mediático que fue difundido en el medio, a pesar de las limitaciones que supone el contexto de la pandemia por COVID-19; el segundo, la construcción del tejido social que fue primordial para la difusión de contenido gestionado por el medio y gestionado las y los miembros de las comunidades o las organizaciones de la sociedad civil y Proyectos de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande, ya que desde la colaboración con estos actores se pudo obtener información, participantes, contenido creado y realizar otras actividades que aportaron para el objetivo del proyecto. Dado ello, se entiende que el trabajo de forma inclusiva y horizontal, desde el dialogo y la participación con diferentes actores de la sociedad civil y la academia, es una de las fortalezas más importantes que tiene el proyecto.

Además de todo ello, las actividades realizadas por La Vereda y el contenido creado lograron contribuir a varios de los supuestos expresados en la matriz de marco lógico. Entre ellas, se brindó información contrastada y verificada sobre la movilidad humana y la comunidad venezolana en Ecuador que aportó a combatir los enfoques

negativos (como el de criminalidad o competencia laboral) con los que se abordan esta temática y los prejuicios y desinformación de la comunidad receptora; se expusieron perspectivas de esta comunidad ante los medios de comunicación; se aportó conocimientos sobre la movilidad humana y la violencia de género a futuros profesionales de la comunicación y las ciencias políticas en espacios académicos; y a través de todos estos espacios y acciones se intentó combatir el discurso divisorio del Gobierno Central hacia uno inclusivo y resiliente de la población venezolana.

No obstante, el proyecto también enfrentó inconvenientes y varias de sus acciones necesitan ser mejoradas. En primer lugar, no todos los indicadores pudieron ser verificados debido a que estos no fueron establecidos correctamente para la temporalidad del proyecto. Además, debido al limitado tiempo que se tuvo para la ejecución de este, el seguimiento al sitio web y el desarrollo de la estrategia de comunicación enfocada en generar tráfico para este se vieron afectados. Del mismo modo, y como se pudo observar en los resultados del monitoreo del contenido y de la evaluación práctica a los voluntarios de los talleres, la calidad del contenido creado también se vio afectada (a pesar de que esto ocurre en pocos casos) debido a las limitaciones de los recursos de las personas que participaron en el proyecto y al contexto de pandemia en que ejecuta. Asimismo, la participación de personas para los talleres y la creación de contenido se vio comprometida por las condiciones surgidas por la pandemia por COVID-19, ya que no contaban con los recursos básicos para participar. Esta misma situación también afectó a la participación de otras organizaciones que, ante dicho panorama, estaban limitadas a la atención de las demandas presentadas entre la población venezolana, o se encontraban cerradas y con sus operaciones suspendidas.

Es por ello que, ante los resultados obtenidos de la ejecución de las actividades del proyecto y las conclusiones antes mencionadas, se recomienda lo siguiente:

Considerando que el canal del medio ha sido construido, se vuelve necesario crear nuevas estrategias de comunicación que permitan continuar con la generación de tráfico hacia el sitio web, de manera que se logre posicionar mejor a este y que su contenido se siga siendo consumiendo, y considerar también generar dicho tráfico desde las búsquedas orgánicas; además, se incita a que continúe con el trabajo en redes sociales para hacer crecer la comunidad ya creada y seguir generando tráfico web desde esta instancia, haciendo énfasis en aprovechar el alcance de Facebook para crear visitas al sitio de internet; también, considerando los resultados de la encuesta de la prueba del contenido, es fundamental que se creen nuevas piezas, con nuevos participantes y narrativas, que sigan fomentando la empatía de la comunidad receptora guayaquileña hacia la comunidad venezolana, usando formatos similares a los ya usados y agregando también contenido humorístico.

Además de ello, y debido a que los talleres demostraron ser una herramienta necesaria, se vuelve indispensable continuar con la instalación de capacidades y destrezas en las comunidades venezolana y receptora, de forma virtual mientras duren las medidas de aislamiento social, y cambiar la modalidad a una presencial en el momento que sea posible. Para mejorar este aspecto se recomienda que se realicen capacitaciones sobre la temática de creación y difusión de contenido, de manera mucho más amplia a la realizada en los talleres, con más participantes y con apoyo de organizaciones y comunidades de acogida. De igual manera, se sugiere que cuando la presencialidad sea posible se cree contenido conjunto con las comunidades de acogida en territorio, de manera que se pueda superar los límites de los recursos tecnológicos que pueden poseer estas.

En cuanto al proyecto y sus fortalezas, se recomienda continuar trabajando con las alianzas ya creadas, mantener el tejido social construido, ampliarlo con más organizaciones y otros actores de la sociedad civil que sean afines al proyecto y seguir gestionando contenido y realizando otras actividades con los Proyectos de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande. Esto último es importante, ya que desde estos se vuelve posible una mayor incidencia de la academia en espacios mediáticos y se logra obtener aportes de la comunidad receptora que ayuden a visibilizar problemáticas sociales que también afectan a la comunidad venezolana. Y, por último, considerando que ya existen redes sociales con una comunidad creada, que se ha elaborado un curso en línea a través de la plataforma LAESCUELA.PRO, y ante los diferentes mensajes de interés por participar que se han receptado a través de los canales y las contribuciones de contenido recibidas por parte de los usuarios, se sugiere crear convocatorias abiertas para que se pueda seguir receptando contenido a manera de contribución de las personas de las comunidades venezolana y receptora o las organizaciones.

## Referencias bibliográficas

- ACNUR. (2018). *Recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo de género*. <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2018/11627.pdf>
- ACNUR. (2020). *Ecuador External Update IV - COVID 19*. [https://reporting.unhcr.org/sites/default/files/Ecuador\\_External\\_Update\\_IV\\_COVID19\\_5\\_August.pdf](https://reporting.unhcr.org/sites/default/files/Ecuador_External_Update_IV_COVID19_5_August.pdf)
- ACNUR Colombia. (2018). Kit contra la xenofobia. <https://somospanascolombia.com/kit-contra-la-xenofobia/>
- Acosta, E. (s.f). Investigación tipográfica de Guayaquil. <https://es.slideshare.net/RommelOrlando/03-tipografa-en-gye>
- Akhtar, S. (Ed.). (2009). *Good feelings : Psychoanalytic reflections on positive emotions and attitudes*. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.javeriana.edu.co>
- Alcázar, J. (2020). *Ecuador Estado Digital Ene 2020*. <https://drive.google.com/file/d/1Yd5h5z2xXyABzj05-j6DEtVhS2O5Ywmw/view>
- Amnistía Internacional (2019). *Ecuador: Autoridades deben atender seriamente situaciones de violencia, sin fomentar la xenofobia*. <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2019/01/ecuador-autoridades-deben-atender-seriamente-situaciones-de-violencia-sin-fomentar-la-xenofobia/>



Anderson, B. R. (2006). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.

Arabi, H. (2020). El discurso xenófobo en el ámbito político y su impacto social. *Revista Entramado*, 16(1), 166–175. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.18041/1900-3803/entramado.1.6085>

Asamblea Nacional. (03 de diciembre de 2020). *Moción de votación del Informe para Segundo Debate del Proyecto Reformatorio de la Ley Orgánica de Movilidad Humana (unificado)*.  
[https://drive.google.com/file/d/144BxAve2\\_WvBhEcYJDVgda\\_tZ2Wk1PEI/view](https://drive.google.com/file/d/144BxAve2_WvBhEcYJDVgda_tZ2Wk1PEI/view)

Asamblea Nacional. (23 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Recuperado de Registro Oficial No. 22:  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Asamblea Nacional. (30 de julio de 2019). Proyecto de Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Movilidad Humana.  
[https://observatoriolegislativo.ec/media/archivos\\_leyes/Proyecto\\_de\\_Ley\\_Org%C3%A1nica\\_Reformatoria\\_a\\_la\\_Ley\\_Org%C3%A1nica\\_de\\_Movilidad\\_Tr.\\_373748.pdf](https://observatoriolegislativo.ec/media/archivos_leyes/Proyecto_de_Ley_Org%C3%A1nica_Reformatoria_a_la_Ley_Org%C3%A1nica_de_Movilidad_Tr._373748.pdf)

Banco Central del Ecuador. (2020a). La economía ecuatoriana creció 0,1% en 2019. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economía-ecuatoriana-creció-01-en-2019>

Banco Central del Ecuador. (2020b). *Evaluación del impacto macroeconómico del COVID19 en la economía ecuatoriana.*

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1373-evaluacion-del-impacto-macroeconomico-del-covid19-en-la-economia-ecuatoriana>

Banco Mundial. (2020). *Retos y oportunidades de la migración venezolana en Ecuador.* <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/77380.pdf>

Bardoel, J., & D'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.

Informe Belmont (1978). *Principios Éticos y Directrices para la Protección de sujetos humanos de investigación.* Estados Unidos de Norteamérica: Reporte de la Comisión Nacional para la Protección de Sujetos Humanos de Investigación Biomédica y de Comportamiento.

Bourdieu, P (2000). *La dominación masculina* (p. 6).

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38478344/bourdieu-pierre\\_la-dominacion3b3n-masculina.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557632694&Signature=HiN%2BvN3zFqHGN4OZNtqIWU8QxDs%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBourdieu\\_Pierre\\_-\\_La\\_](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38478344/bourdieu-pierre_la-dominacion3b3n-masculina.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557632694&Signature=HiN%2BvN3zFqHGN4OZNtqIWU8QxDs%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBourdieu_Pierre_-_La_)

Bourdieu, P. (1988). *La distinción.* Taurus.

- Bull, B., & Rosales, A. (2020). The crisis in Venezuela: Drivers, transitions, and pathways. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 109, 1–20. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.32992/ERLACS.10587>
- Buvinic, M, Morrison, A, & Orlando, M. (2005). Violencia, crimen y desarrollo social en América Latina y el Caribe. *Papeles de población*, 11(43), 167-214. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252005000100008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252005000100008&lng=es&tlng=es).
- Cabalin, C. (2010). Democracia y Comunicación: Un Lugar para los Medios Comunitarios. *F@ro: Revista Teórica Del Departamento de Ciencias de La Comunicación y de La Información*, 11, 1–9.
- Cáceres-Zapatero, D., Brändle-Señán, G., & Ruiz-San Román, J. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22, 233–247. <https://doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Chóliz-Montañés, M. (2005). *PSICOLOGÍA DE LA EMOCIÓN: EL PROCESO EMOCIONAL*. Universidad de Valencia. Retrieved from [www.uv.es/=cholz](http://www.uv.es/=cholz)
- CLACSO. (2020). *Voces y experiencias de la niñez y adolescencia venezolana migrante en Brasil, Colombia, Ecuador y Perú*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58025.pdf>
- Concha-Eastman, A. (2000). *Violencia urbana en América Latina y el Caribe: dimensiones, explicaciones, acciones*. Ciudadanías del miedo. Editorial Nueva Sociedad.

- Cortina, A. (2018). *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. Planeta Colombiana.
- Creus, S. (2012). Fronteras que no se ven: metáforas de la otredad en el discurso social sobre la inmigración no comunitaria en España. *Ciências Sociais Unisinos* 48(1):2-11, janeiro/abril 2012. doi: 10.4013/csu.2012.48.1.01
- Davis, M.H. (1996). *Empathy. A social psychological approach*. Boulder: Westview Press
- Díaz-Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, 6, 53–91.  
[http://opendata.dspace.ceu.es/bitstream/10637/5921/1/n°VI\\_pp53\\_91.pdf](http://opendata.dspace.ceu.es/bitstream/10637/5921/1/n°VI_pp53_91.pdf)
- Elizalde Monjardin, A & Reyes-Sosa, H. (2019). Representaciones sociales de la violencia en jóvenes ecuatorianos. *Psicología (02549247)*, 37(2), 450–472.  
<https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.18800/psico.201902.004>
- Fainkuchen, L. (2012). El espacio peatonal de las aceras en la Ciudad de México. *BitáCora Arquitectura*, 0(24), 30-35. doi:  
<http://dx.doi.org/10.22201/fa.14058901p.2012.24.36329>
- Fernandez-D'Andrea, K. (2016). El enfoque narrativo como nuevo paradigma en el Trabajo Social. Una propuesta para superar la indefensión aprendida en los sectores excluidos.  
[https://www.researchgate.net/publication/303004303\\_El\\_enfoque\\_narrativo\\_como\\_nuevo\\_paradigma\\_en\\_el\\_Trabajo\\_SocialUna\\_propuesta\\_para\\_superar\\_la\\_indefensio\\_aprendida\\_en\\_los\\_sectores\\_excluidos\\_II\\_Congreso\\_Internacional\\_de\\_Trabajo\\_Social\\_y\\_XI\\_de\\_escuelas\\_](https://www.researchgate.net/publication/303004303_El_enfoque_narrativo_como_nuevo_paradigma_en_el_Trabajo_SocialUna_propuesta_para_superar_la_indefensio_aprendida_en_los_sectores_excluidos_II_Congreso_Internacional_de_Trabajo_Social_y_XI_de_escuelas_)

- Galeano-Monti, J. (2018). Estrategias de acercamiento y diálogo con poblaciones en situación de vulnerabilidad en cárceles del Paraguay. *Atas CIAIQ2018*, 3. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2018/article/view/1728/1682>
- Galtung, J. (2004). *Violencia, guerra y su impacto. Sobre los efectos visibles e invisibles de la violencia*. Foro para filosofía intercultural 5. <https://them.polylog.org/5/fgj-es.htm#r1>
- García-Blanco. (2002). Virtualidad, realidad, comunidad. Un comentario sociológico sobre la semántica de las nuevas tecnologías digitales. *Papers*, 68, 81–106. <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n68/02102862n68p81.pdf>
- García-Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Granados, L., Alvarado, S., & Carmona, J. (2016). Narrativas y resiliencia. Las historias de vida como mediación metodológica para reconstruir la existencia herida. *CES, Psicol.*, 10(1), 1-20.
- Gratton, B. (2005). Ecuador en la historia de la migración internacional ¿Modelo o aberración?. En Herrera, G., Carrillo, M., Torres, A. (Ed.), *La migración ecuatoriana transnacionalismo, redes e identidades* (pp. 31-57). FLACSO
- Hasan, F., & Gil, S. (2016). La Comunicación Con Enfoque De Género, Herramienta Teórica Y Acción Política. Medios, Agenda Feminista Y Prácticas Comunicacionales. El Caso De Argentina. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 5(43), 246–280.

- Hennig, N. (2017). Podcast Literacy: Educational, Accessible, and Diverse Podcasts for Library Users. *Library Technology Reports*, 53(2), 1–42.  
<https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.5860/ltr.53n2>
- Hernández R., Fernández C., & Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Hopenhayn, M., & Bello, A. (2001). *Discriminación étnico-racial y xenofobia en América Latina y el Caribe*. Retrieved from  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5987/S01050412\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5987/S01050412_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Telefónica Indicadores laborales mayo-junio 2020*.  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU\\_telefonica/Principales\\_Resultados\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf)
- Isin, E., Wood, K. (1999). *Citizenship and Identity*. SAGE Publications Ltd.
- Jacques, R., Yoharlis, L., & Useche, E. (2019). Geo)políticas migratorias, inserción laboral y xenofobia: migrantes venezolanos en Ecuador. *Cécile Blouin Después de la Llegada. Realidades de la migración venezolana*. Themis-PUCP.
- Larrión, J. (2016). What does it Mean to Be Well-Informed? Rhetorics, Perceptions and Attitudes on the Problem of Transgenic Food Labelling. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 153, 43–58.  
<https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.5477/cis/reis.153.43>

Lynch, K. (2008). La imagen de la ciudad. Gustavo Gili.

<https://taller1smcr.files.wordpress.com/2015/06/kevinlynch-la-imagen-de-la-ciudad.pdf>

Martínez-Arias, S. M., & Parra-Valcarce, D. (2020). E-innovation Platforms in Journalism Teaching: Cybermedia as a professional educational tool.

*Communication & Society*, 33(4), 123–136. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.15581/003.33.4.123-136>

Martínez-Arias, S. M., & Parra-Valcarce, D. (2020). E-innovation Platforms in Journalism Teaching: Cybermedia as a professional educational tool.

*Communication & Society*, 33(4), 123–136. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.15581/003.33.4.123-136>

McQuail, D. (2003). *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford University Press.

McTighe, W. (2005). *redele*. Obtenido de:

<https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:28c3c8cc-faa9-4552-82af-98830175d30f/2013-redele-25-05aixa--said-mohand-pdf.pdf>

Melero, M. L. (2018). La indiferencia afectiva como rasgo nocivo de la personalidad. *Anuario de derecho penal y ciencias penales*, 71(1), 265-305.

Milan, S. (2006). Medios Comunitarios Y Regulación. Una Perspectiva De Comunicación Para El Desarrollo. *Investigación y Desarrollo*, 14(2), 268–291.

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *Boletín de Deuda Pública Interna y Externa*. <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/02/Presentación-Boletín-de-Deuda-Pública-2020.pdf>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2018). Plan Nacional de Movilidad Humana. [http://www.derechosmovilidadhumana.gob.ec/wp-content/Archivo/plan\\_nacional\\_de\\_movilidad\\_humana.pdf](http://www.derechosmovilidadhumana.gob.ec/wp-content/Archivo/plan_nacional_de_movilidad_humana.pdf)
- Moll de Alba, E. (2015). *Análisis comparativo de la utilización de Twitter como canal de comunicación para las principales editoriales estadounidenses y españolas*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Moreno, L. (2019). *He dispuesto la conformación inmediata de brigadas para controlar la situación legal de los inmigrantes venezolanos en las calles, en los lugares de trabajo y en la frontera. Analizamos la posibilidad de crear un permiso especial de ingreso al país [Actualización de Twitter]*. <https://twitter.com/Lenin/status/1087051666669617153>
- OIM. (2019a). *Glosario de la OIM sobre Migración*. <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf>
- OIM. (2019b). *MONITOREO DE FLUJO DE POBLACIÓN VENEZOLANA*. <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/73546.pdf>
- OIT. (2020). *Sistematización de estudios sobre la caracterización de la migración venezolana en Ecuador (Quito y Guayaquil)*. <https://data2.unhcr.org/en/documents/details/76295>



- OXFAM International. (2019). *Si, Pero no Aquí: Percepciones de xenofobia y discriminación hacia migrantes de Venezuela en Colombia, Ecuador y Perú*.  
<https://oxfamlibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620890/bp-si-pero-no-aqui-251019-es.pdf?sequence=8&isAllowed=y>
- Parejo-Llano, J.L., Ruiz-Requies, I. & González-Pedraza, A. (2020). Refugees: a new intercultural education for global citizenship. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23(1), 113-124.
- Pawlik, J., & Fortea, C. (1996). *Teoría del color* (1a ed.). Paidós.
- Proyecto de Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Movilidad Humana, Proyecto de ley, Tercer periodo legislativo, Asamblea Nacional del Ecuador., (2019).  
[https://observatoriolegislativo.ec/media/archivos\\_leyes/Proyecto\\_de\\_Ley\\_Org%C3%A1nica\\_Reformatoria\\_a\\_la\\_Ley\\_Org%C3%A1nica\\_de\\_Movilidad\\_Tr.\\_373748.pdf](https://observatoriolegislativo.ec/media/archivos_leyes/Proyecto_de_Ley_Org%C3%A1nica_Reformatoria_a_la_Ley_Org%C3%A1nica_de_Movilidad_Tr._373748.pdf)
- R4V. (2020a). Situación Respuesta a los venezolanos.  
<https://r4v.info/es/situations/platform/location/7512>
- R4V. (2020b). *Respuesta desde los Grupos de Trabajo del GTRM*.  
<https://data2.unhcr.org/es/documents/download/78016>
- Refugees International. (2019). *Una acogida frágil: La respuesta de Ecuador a la afluencia de refugiados y migrantes venezolanos*.  
<https://static1.squarespace.com/static/506c8ea1e4b01d9450dd53f5/t/5d0a67950141650001df0808/1560962979036/Ecuador+Report+-+June+2019+-+Spanish+-+final.pdf>

- Rey-Martín, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales De Documentación*, 3, 139-153.  
<https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451>
- Reza-Suárez, L., Galindo-Mosquera, S., Rizzo-Bajaña, P., & Boni-Uzho, L. (2017). El Regionalismo en el Ecuador. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales* (julio-septiembre 2017).  
<http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/03/regionalismo-ecuador.html>
- Richaud, M., & Mesurado, B. (2016). Las Emociones Positivas Y La Empatía Como Promotores De Las Conductas Prosociales E Inhibidores De Las Conductas Agresivas. *Acción Psicológica*, 13(2), 31–41. <https://doi-org.ezproxy.javeriana.edu.co/10.5944/ap.13.2.17808>
- Ripoll, S. & Navas-Alemán, L. (2018) Xenofobia y Discriminación Hacia Refugiados y Migrantes Venezolanos en Ecuador y Lecciones Aprendidas para la Promoción de la Inclusión Social, IDS y UNICEF.  
[https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/14130/Informe\\_XD\\_e\\_inclusion\\_social\\_en\\_Ecuador\\_Dec\\_2018\\_es.pdf?sequence=153&isAllowed=y](https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/14130/Informe_XD_e_inclusion_social_en_Ecuador_Dec_2018_es.pdf?sequence=153&isAllowed=y)
- Robles, G. (2019). La extrema derecha como desafío para la educación política en Alemania. *Aposta*, 81, 8–21.
- Rooksby, J. H. (2015). Defining Domain. *Brooklyn Law Review*, 80(3), 857–942.
- Scuzarello, E. (2020). *Cuerpos Invisibles: Un estudio exploratorio sobre la cuestión de lxs refugiadx LGBTQ+ en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y*

Perú. UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA. <https://www.movilh.cl/wp-content/uploads/2020/09/Refugiados-tesis.pdf>

Social Progress Index. (2019). Ecuador Scorecard.

<https://www.socialprogress.org/?tab=2&code=ECU>

Ulloa Aiza, S. (2002). Xenofobia y discriminación. *Revista Ensayos*

*Pedagógicos*, 1(1), 175-198. <https://doi.org/10.15359/rep.1-1.13>

Valle-Franco, A. I. (2017). Breve análisis histórico de la inmigración al Ecuador.

*Revista De La Facultad De Jurisprudencia RFJ*, 377-407.

doi:10.26807/rfj.v1i2.57

von Krogh, T. (2012). *UNDERSTANDING MEDIA ACCOUNTABILITY*.

Sundsvall: Kopieringen Mid Sweden University.

Zambrano, H. (2019). *El derecho humano a la movilidad humana; su desarrollo en*

*la jurisprudencia de la Corte Constitucional ecuatoriana*. Universidad

Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito. <http://hdl.handle.net/10644/6556>

## Anexos

### Índice de Anexos

Anexo 1: Árbol de Problemas .....	141
Anexo 2: Matriz de Marco Lógico .....	144
Anexo 3: Sistema de Información .....	151
Anexo 4: Tabla de Metodología de Investigación Previo al Desarrollo del Proyecto .	152
Anexo 5: Tabla de Presupuesto del Proyecto .....	154
Anexo 6: Manifiesto de La Vereda.....	155
Anexo 7: Manual de Estilo de La Vereda.....	156
Anexo 8: Credenciales de Presentación del Proyecto .....	163
Anexo 9: Diseño Metodológico de los Talleres .....	168
Anexo 10: Cronograma de Actividades de los Talleres .....	170
Anexo 11: Tutores de Talleres.....	172
Anexo 12: Estructura de Talleres Virtuales Asincrónicos.....	173
Anexo 13: Evento de Lanzamiento de Sitio Web LAVEREDA.TV.....	176
Anexo 14: Guía Semiestructurada para Entrevista de La Vereda y Proyecto Zoom ...	177
Anexo 15: Planificación de Podcast con Proyecto Güeyitas.....	178
Anexo 16: Afiche de Evento de Movilidad Humana y Género.....	180
Anexo 17: Reporte de Google Analytics de sitio web de La Vereda .....	181
Anexo 18: Informe de Pautas en Facebook .....	185
Anexo 19: Informe de Pautas en Instagram.....	187
Anexo 20: Informe de Facebook .....	188
Anexo 21: Informe de Instagram.....	189
Anexo 22: Encuesta sobre Contenido.....	190
Anexo 23: Resultados de Encuesta de Contenido .....	193
Anexo 24: Actitudes de los Encuestados por Categorías .....	202
Anexo 25: Encuesta de Satisfacción.....	211
Anexo 26: Resultados de Encuesta de Satisfacción .....	214
Anexo 27: Resultados de Evaluación Práctica de Participantes de los Talleres .....	218
Anexo 28: Evaluación de Contenido de Entretenimiento en Sitio Web.....	233
Anexo 29: Evaluación de Contenido de Entretenimiento en Redes Sociales.....	241
Anexo 30: Evaluación de Contenido Informativo en el Sitio Web .....	249
Anexo 31: Evaluación de Contenido Informativo en Redes Sociales.....	252

### Anexo 1: Árbol de Problemas

	Inmediato	mediato	A largo plazo
<b>Macrosocial</b>	<b>Se perpetua la posición de las personas venezolanas como ciudadanos de segunda clase, vulnerando así sus derechos.</b>		
<b>Efectos</b>	<p>Atención ineficiente hacia personas venezolanas en procesos burocráticos</p> <p>Desatención de las necesidades de la comunidad venezolana ante la emergencia causada por la pandemia del covid19</p> <p>Discriminación por parte de la sociedad ecuatoriana con respecto a la población venezolana</p>	<p>Dificultad para la obtención de visas y otros documentos necesarios.</p> <p>Incumplimiento de normativas referentes a migración y movilidad humana.</p> <p>Desalojo forzado de viviendas alquiladas.</p> <p>Dificultad para adquirir productos de primera necesidad.</p> <p>Desplazamiento y retorno a Venezuela.</p> <p>Dificultad para acceder a servicios de salud pública de forma eficiente.</p> <p>Precarización e informalidad laboral</p> <p>Agresiones físicas, verbales y sexuales.</p> <p>Rechazo en oportunidades laborales.</p> <p>Dificultad para alquilar vivienda.</p> <p>Alto índice de venezolanos/as en situación de mendicidad.</p> <p>Insatisfacción de necesidades básicas: Salud, educación, alimentación, vivienda, seguridad.</p>	<p>1. Trabajos que los exponen venezolanos/as a peligros.</p> <p>2. Salarios bajos en relación con la alta carga laboral.</p> <p>3. Intimidación por parte del empleador.</p> <p>4. Rechazo dentro del ambiente laboral hacia Trabajos.</p> <p>5. Trabajos sin contrato laboral ni afiliación al seguro social.</p> <p>6. Difusión de comentarios negativos sobre venezolanos/as en redes sociales.</p> <p>7. Abuso de trabajadoras sexuales venezolanas.</p> <p>8. Acoso escolar.</p>

	Inmediato	mediato	A largo plazo
<b>Problema central</b>	<b>Escasa empatía de la comunidad receptora guayaquileña hacia la comunidad venezolana</b>		
	Discurso divisorio por parte del gobierno central hacia la comunidad venezolana	Búsqueda de aprobación de la gestión por parte de un segmento amplio de ecuatorianos/as Actitud de victimización por parte del gobierno Uso de vocabulario no apropiado	1. Uso de la migración venezolana como objeto de culpa para no reconocer falencias de la administración. 2. Contexto de crisis. 3. Desconocimiento del lenguaje apropiado.
<b>Causas</b>	Representación negativa de la comunidad venezolana en medios de comunicación tradicionales.	<b>Insuficientes espacios de expresión y participación para esta comunidad dentro de los medios. *</b>  Manejo insuficiente de la generación de contenidos y narrativas	<b>1. No se exponen suficientes perspectivas ni testimonios provenientes de la comunidad venezolana. *</b> 2. Ausencia de información positiva sobre la migración venezolana. 3. Enfoque principal: Criminalidad generada por parte de venezolanos. 4. Escases de periodismo investigativo sobre movilidad humana, debido a su alto costo y tiempo, y a que solo se atienden hechos recientes. 5. Desconocimiento de periodistas en relación con el contexto y terminología apropiada, debido a poca preparación sobre la temática, salarios

Inmediato	mediato	A largo plazo
Percepción negativa sobre la comunidad venezolana por la comunidad receptora.	Existencia de prejuicios hacia la comunidad venezolana residente en Guayaquil.  Exceso de comunicación poco confiable en medios no tradicionales	bajos, deficiente formación académica y no capacitación sobre el tema. 6. Existencia de prejuicios hacia la comunidad venezolana residente en Guayaquil, junto a existencia de sesgos e información tergiversada, que muestran a esa población como un peligro para la seguridad o competencia laboral. <b>7. No se consume ni se visibiliza otro tipo de narrativa. *</b> 8. Exceso de comunicación poco confiable, caracterizada por la no verificación de fuentes, difusión de noticias falsas y mal uso de redes sociales por parte de la población.
<b>Estructural</b>	<b>Sociedad ecuatoriana violenta y xenófoba</b>	

*Nota.*

\* Causas Críticas

**Anexo 2: Matriz de Marco Lógico**

<b>Matriz marco lógico</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<p><b>Finalidad:</b></p> <p>Contribuir al establecimiento de un trato equitativo que impida la vulneración de los derechos de la población venezolana en Ecuador.</p>	<p>*Aumento de la inclusión de la población venezolana en la sociedad ecuatoriana.</p> <p>*Necesidades básicas y derechos fundamentales de la comunidad venezolana son cubiertos.</p>	<p>Evaluación ex ante y ex post.</p>	<p>*El gobierno central ecuatoriano implementó una política migratoria inclusiva y responsable, construida en base a evidencia cuantitativa y cualitativa acerca de sus necesidades, e incluyeron a los migrantes, refugiados y organizaciones afines.</p>



Matriz marco lógico	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<p><b>Propósito:</b></p> <p>Mejorar la empatía por parte de la comunidad receptora guayaquileña hacia la comunidad de personas venezolanas.</p>	<p>*Aumento de exposición de narrativas positivas sobre la realidad venezolana en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales.</p> <p>*Aumento de comentarios positivos sobre las personas venezolanas en redes sociales.</p>	<p>*Evaluación antes y después de medios de comunicación</p> <p>*Análisis de Social Media</p> <p>* Encuesta de opinión y comportamiento frente a narrativas y productos.</p>	<p>*Gobierno central ecuatoriano cambia de un discurso divisivo a un discurso inclusivo en relación con la población venezolana en Ecuador</p> <p>*Los medios de comunicación cambiaron su enfoque de criminalidad respecto a la población venezolana en Ecuador, a su vez promovieron la difusión de historias que transmitan emociones y fomentan sensaciones de identificación con la realidad de los migrantes venezolanos.</p> <p>*Los medios digitales reforzaron su periodismo de datos para contrastar las noticias alarmistas, que tenían como foco la criminalidad venezolana.</p>

<b>Matriz marco lógico</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<p><b>Componentes</b></p> <p>1.- Se creó un canal digital que promueve historias y contenido de la comunidad venezolana y receptora guayaquileña.</p>	<p>* Tráfico del sitio web.</p> <p>*Interacciones en sitio web.</p> <p>* Tamaño de comunidad en redes sociales.</p> <p>* Interacciones en redes sociales.</p> <p>*Engagement en redes sociales</p>	<p>* Análisis del progreso y los resultados de un sitio web en páginas de tráfico, como Google Analytics, además de las herramientas de Instagram y Facebook.</p>	<p>*Los medios de comunicación generaron un espacio en el cual verifican información falsa que se genera y difunde a través de medios no tradicionales, en relación con la movilidad de personas venezolanas y su comunidad en Ecuador. El espacio generado creció, y se volvió una herramienta de uso constante para la población.</p>

<b>Matriz marco lógico</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
2.- Se aportó conocimientos a personas para que puedan contar sus historias desde su propia voz y recursos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cantidad de talleres dados.</li> <li>*Cantidad de personas que participan en los talleres.</li> <li>*Nivel de satisfacción de las personas que participan del taller.</li> <li>*Conocimientos adquiridos por los asistentes al taller.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Base de datos de asistencia a los cursos, para personas interesadas en aprender a contar sus historias.</li> <li>*Encuesta de satisfacción, destinada a las personas participantes.</li> <li>*Evaluación práctica de creación de contenido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Los medios de comunicación aportaron con conocimientos en la temática de movilidad humana y comunidad venezolana en Ecuador a los profesionales encargados de cubrir estas temáticas.</li> </ul>

<b>Matriz marco lógico</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
3.- Se crearon y difundieron historias y contenido diversificado en base a testimonios provenientes de la comunidad venezolana y receptora.	<p>*Número de historias construidas dentro del canal.</p> <p>*Polifonía de voces dentro del canal y calidad del contenido. Exponer mediante diferentes segmentos la diversidad dentro de la población venezolana y receptora.</p> <p>*Exposición de narrativas y aportes de la comunidad.</p>	<p>* Evaluación de contenido creado y difundido. Calidad de las historias que se buscan construir. (Escala de rango para evaluar la escritura de un texto narrativo). Escala propia, sobre la tonalidad que se busca dentro de la página, y que los textos entren dentro de ello.</p>	<p>*Los medios de comunicación exponen suficientes perspectivas, opiniones, testimonios de la comunidad venezolana.</p> <p>*La comunidad guayaquileña contrastó la información recibida y enviada en redes sociales sobre la movilidad humana y la comunidad de personas venezolanas.</p>

<b>Actividades</b>		
<b>Resultado 1</b>	<b>Resultado 2</b>	<b>Resultado 3</b>
R1A1: Investigación sobre creación, sostenibilidad, desarrollo y mantenimiento de medios de comunicación / plataformas digitales	R2A1 Diálogo telepresencial con organizaciones que trabajan junto a venezolanos para obtener contactos que estuviesen interesados en contar sus historias. Además, generar una bola de nieve para poder contactar al mayor número de personas interesadas.	R3A1 Creación de contenido visual que explique las causas y contexto del desplazamiento de personas en condición de movilidad humana de la comunidad venezolana. (Corto y sencillo)
R1A2: Definición y creación de perfil de los diferentes público objetivo, estrategias de comunicación y difusión y tipo de contenido.	R2A2 Diseño de talleres enfocados en la exposición de narrativas sobre historias personales.  1.-Mejoramiento de redacción e inducción en utilización de recursos (toma de fotografías desde sus celulares)  2.- Difusión de contenido  3.- Utilización de medios digitales	R3A2 Realización de entrevistas a la comunidad venezolana y comunidad receptora de la ciudad de Guayaquil para la generación de contenidos.

Resultado 1	Resultado 2	Resultado 3
R1A3: Diseño (concepto, nombre, logo, colores). Generación del formato del canal.	R2A3 Desarrollo de los talleres y trabajo conjunto con los generadores de contenido, para poder ofrecer dentro del canal historias, que cumpla con la premisa de producción, desde la propia voz del protagonista.	R3A3 Mediante la utilización de datos y testimonios de vida exponer los aportes que la comunidad venezolana ha traído a la ciudad de Guayaquil.
R1A4: Lanzamiento del canal digital. Difusión del canal por medio de una campaña de lanzamiento, y además establecimiento de estrategias de comunicación (pautas) para la sostenibilidad y visibilidad de esta. Creación de cuentas en redes sociales, que ayuden a difundir.	R2A4: Evaluación práctica a las y los asistentes de los talleres, de manera que se pueda medir la cantidad de conocimientos adquiridos. Así como realizar una encuesta de satisfacción para conocer si, desde su percepción, estos cumplen con sus expectativas y requerimientos.	R3A4 Utilización de diferentes herramientas para difundir el contenido generado junto a la comunidad (Podcast, videos, entrevistas, narrativas).

### Anexo 3: Sistema de Información

Dimensión	Indicador	Periodicidad	Fuente
Creación de la página web y redes sociales	Tráfico del sitio web	Mensual	Google Analytics: Resumen estadístico de sitio web
	Cantidad de interacciones en redes sociales		Facebook. Instagram y Metricool: resumen estadístico de redes sociales
	Alcance e impresiones		Facebook. Instagram y Metricool: resumen estadístico de redes sociales
	Tamaño de comunidad		Facebook. Instagram y Metricool: resumen estadístico de redes sociales
	Engagement		Facebook. Instagram y Metricool: resumen estadístico de redes sociales
Proceso formativo para la generación y difusión de contenidos	Número de talleres	Una sola vez	Proyecto: Base de datos de asistencia a los cursos
	Número de personas que participan		Proyecto: Resultados de encuesta de satisfacción
	Nivel de satisfacción en relación con el proceso formativo		Proyecto: Evaluación práctica
	Conocimientos adquiridos		
Creación y difusión de contenido	Polifonía de voces y calidad del contenido	Mensual	Proyecto: Resultado de evaluación en matriz de contenido
	Aportes e historias construidas y difundidas		

**Anexo 4: Tabla de Metodología de Investigación Previo al Desarrollo del Proyecto**

N°	Preguntas	Objetivo General	Objetivos específicos	Enfoque	Unidad de Análisis	Universo	Muestra	Técnica	Herramienta
1	¿Cómo es la población venezolana en movilidad humana que llega a Ecuador?	Analizar la escasez de empatía por parte de la sociedad guayaquileña hacia la comunidad venezolana que radican en esa ciudad	Describir el perfil general de dicha comunidad que llega a Guayaquil, tomando en cuenta sus diferentes condiciones, problemas y percepciones.  Conocer las percepciones que tiene la comunidad de migrantes y refugiados venezolanos en Guayaquil sobre su proceso de integración a la sociedad receptora, así como los obstáculos y problemas que este representa.	Mixto: datos cuantitativos y cualitativos	Población Venezolana en condición de movilidad humana en Ecuador	No aplica	No aplica	Revisión de la literatura	Recopilación de información
2	¿Cómo es el proceso de integración de la población venezolana en movilidad humana en la sociedad ecuatoriana?			Cualitativo	Población Venezolana en condición de movilidad humana en Ecuador	venezolanos/as en Guayaquil	10	Entrevista abierta (presencial y virtual)	Cámara, micrófono, cuaderno de apuntes. Llamada telefónica



N°	Preguntas	Objetivo General	Objetivos específicos	Enfoque	Unidad de Análisis	Universo	Muestra	Técnica	Herramienta
3	¿Qué opiniones o ideas tienen los guayaquileños sobre la migraciones venezolana y la comunidad de estos que radica en la ciudad?		Conocer las percepciones que tienen los guayaquileños sobre la migración venezolana y la comunidad de venezolanos que radica en Guayaquil	Mixto: datos cuantitativos y cualitativos	Habitantes de Guayaquil	No aplica	No aplica	Revisión de la literatura	Recopilación de información
4	¿Qué factores principales motivan la escasa empatía hacia migrantes y refugiados venezolanos por parte de la sociedad guayaquileña?		Determinar los factores que inciden sobre la escasez de empatía por parte de la sociedad guayaquileña hacia los migrantes y refugiados venezolanos que radican en esa ciudad.	Mixto: datos cuantitativos y cualitativos	Habitantes de Guayaquil	No aplica	No aplica	Revisión de la literatura	Recopilación de información

**Anexo 5: Tabla de Presupuesto del Proyecto**

<b>N°</b>	<b>Acción</b>	<b>Resultado*</b>	<b>Coste**</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>1</b>	Sitio web (dominio terminado en .TV, CPanel y hosting de 1 año)	Inmediato.	Medio	USD 57
<b>2</b>	Pautas en redes sociales (Facebook e Instagram)	Medio plazo.	Alto	USD 100
<b>3</b>	Micrófono	Inmediato.	Bajo	USD 10
<b>4</b>	Estrategia de acercamiento con personas vulnerables	Inmediato.	Bajo	USD 20
<b>Total</b>				<b>USD 187</b>

*Nota.*

\* Inmediatos (menos de 1 semana), medio plazo (1 semana a 3 meses), largo plazo (3 meses a 1 año).

\*\* Bajo (menos de USD 30), Medio (USD 30 a USD 80), Alto (USD 80 en adelante).



## Anexo 6: Manifiesto de La Vereda

# Manifiesto de La Vereda

La Vereda es un medio diferente que busca innovar la visión de los canales digitales en Guayaquil, adaptándonos a los hábitos y el consumo digital de hoy. Creemos en el otro, en ese que es mirado como un intruso y deshumanizado constantemente por los medios de comunicación y la opinión pública. Creemos en la igualdad de las y los seres humanos, y que la integración de estos, más allá de sus diferencias, trae consigo grandes oportunidades. Creemos en el poder de la representación y los impactos que esta genera. Estamos cansados, estamos hartos, y queremos ser agentes de cambio en medio de un panorama desalentador y sombrío, donde las inequidades salen a la luz del día y refleja lo que realmente somos como sociedad.

Por eso, en búsqueda de una sociedad más empática, unida y humana, en donde todas y todos participen, queremos ser el medio que permita que ellas y ellos expongan sus voces que han sido silenciadas, no para victimizar, sino para ponerlos en nuestra misma página y alejarlos del prejuicio que es generado por estos imaginarios negativos que se construyen dentro de la sociedad. Queremos ser un espacio donde ellas y ellos sean las y los protagonistas de su propia historia. Nuestro compromiso es actuar con transparencia y respeto sobre sus realidades y decisiones, priorizando la participación voluntaria. Nos inspira la diversidad y nos motiva la unión. Queremos ser lo que queremos ver.



## Anexo 7: Manual de Estilo de La Vereda

# Manual de Estilo

## 1. Principios Éticos

1.1. LA VEREDA se define como un medio digital de carácter comunitario y bicultural, por lo que se busca la participación de forma conjunta de las comunidades receptoras y migrantes de Guayaquil.

1.2. Su principal fin es la concienciación de la población guayaquileña hacia la comunidad venezolana residida en Guayaquil, y pretende ser un vocero de historias de vida de los grupos antes mencionados, buscando así darles un espacio de participación que les otorgue visibilidad y apoyo a sus derechos de forma pacífica, acordando que será un medio donde no habrá manifestaciones con ninguna índole de violencia.

1.3. LA VEREDA se compromete a que las historias de vida y demás contenido publicado tengan información veraz, con mensajes esperanzadores e interesantes y que haga uso de una narrativa coloquial, pero a la vez respetuosa, para que su público tenga facilidad de entendimiento, de manera que estos creen sus propias ideas y criterio de la realidad de esta comunidad.

1.3. LA VEREDA se opone a cualquier lucha de partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Rechazando la manipulación de las historias de vida respetando los derechos de los lectores y lectoras.

1.4. LA VEREDA defiende la libre movilidad humana y los derechos de las personas en dicha condición, la diversidad cultural, étnica y sexo-genérica, la integración de las comunidades migrantes y receptoras, la convivencia armónica entre las personas, y la identidad universal. Por ello se opone a la xenofobia o a cualquier tipo de discriminación, y se compromete a mantener un trato justo e inclusivo con relación a la información que se



publique, aplicando el enfoque de movilidad humana y de género, e impidiendo y rectificando cualquier error o publicación que afecte a las personas en dichos ámbitos.

1.5. LA VEREDA se compromete a dar revisión constantemente de la página web y redes sociales para corregir errores y verificar que se cumplan los principios básicos anteriormente mencionados.

## 2. Normas de Escritura

2.1. Debido a que nuestra principal tarea es humanizar a la comunidad venezolana en Ecuador, procuraremos utilizar nombres propios con la mayor frecuencia posible, salvo en casos en que la persona entrevistada no desee que se exponga su identidad.

2.2. Nos regimos con los parámetros del [lenguaje inclusivo recomendado por ACNUR](#), pero adaptado a nuestro marco de uso, debido a la falta de un único ente regulador oficialmente reconocido para validar su uso. Aplicaremos el uso de la siguiente manera:

2.2.1. En caso de uso del masculino singular de manera genérica, no se apelan los principios del lenguaje inclusivo. Ejemplo de aplicación: El señor, el abogado, el arquitecto, el ingeniero, el doctor, el empresario, el padre.

2.2.2. En caso de uso del masculino y femenino plural de manera genérica, se optará por el uso del lenguaje inclusivo. Ejemplo de aplicación: En vez de “Los migrantes refugiados”, o “las migrantes refugiadas”, utilizaremos “las personas migrantes”.

2.2.3. También se puede apelar a la especificación de ambos géneros. Ejemplo de aplicación: En vez de “Los migrantes refugiados”, “los y las migrantes”.

2.2.4. No hay alteración del lenguaje en caso de sustantivos y adjetivos terminados en la letra “e”, ya que son palabras de género neutro; no obstante, en caso de que algún sustantivo o adjetivo terminado en “e” tenga una contraparte femenina, se deben aplicar las reglas de lenguaje inclusivo expuestas en este manual. Ejemplo de aplicación: en vez de “presidente”, se puede usar “presidenta”, en plural con ambos géneros puede ser “Las y los presidentes”.

2.2.5. En caso de uso del femenino singular de manera genérica, no se apelan los principios del lenguaje inclusivo. Ejemplo de aplicación: La



señora, la abogada, la empresaria, la madre.

2.2.6. En caso de que las palabras no cuenten con una contraparte femenina de manera oficial, se la apela de igual manera bajo nuestros propios parámetros de escritura. Ejemplo de aplicación: la arquitecta, la ingeniera, etc.

2.2.7. Para la elaboración de contenido visual o audiovisual, ya sea en cualquiera de sus formatos, también es obligatorio el uso del lenguaje inclusivo.

2.2.8. En caso de que sea necesaria brevedad o exista un límite de palabras en lo que se redacte y que por ello las normas antes expuestas no puedan ser aplicadas, el uso de la X para reemplazar las vocales A, O y E que denoten en un adjetivo o sustantivo el género de un grupo de personas estará permitido. Ejemplo de aplicación: "Todos y todas" se puede reemplazar por "Todxs", "Las y los investigadores" se puede reemplazar por "Lxs investigadorxs".

### 3. Tratamiento de la Información

3.1. A diferencia de los medios tradicionales, LA VEREDA apelará hacia los discursos de inclusividad y hermandad/sororidad con las personas en condición de movilidad humana, ya que nuestro principal propósito es incentivar la empatía hacia este grupo en particular. Esto significa que se priorizará la información que pueda apelar a estos principios de una forma positiva hacia la cultura, basados en nuestro análisis subjetivo, y aplicando el enfoque de movilidad humana y de género.

3.2. La información que obtiene LA VEREDA se puede conseguir únicamente por dos vías:

3.2.1. Testimonios de las personas implicadas: Ya sea el mismo creador del contenido o terceras personas que hayan tenido presencia en el hecho que se relata.

3.2.2. Investigación: Fuentes académicas, pronunciamientos oficiales e información proporcionada por instituciones y organizaciones de la sociedad civil o sus representantes.

3.3. El lector tiene derecho a conocer cuál de las dos posibilidades se corresponde con la noticia que está leyendo. Para ello, se citará siempre una fuente cuando el periodista no haya estado presente en la acción que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de 'fuente' en singular.



## 4. Tratamiento de la publicidad

4.1. Los espacios publicitarios no podrán ser utilizados para contradecir o matizar informaciones publicadas en LA VEREDA.

4.2. La veracidad de los anuncios que entren en la esfera estrictamente individual de las personas o las familias (esquelas, desapariciones, avisos) deberá ser comprobada.

4.3. Nunca los intereses publicitarios motivarán la publicación de un artículo o un suplemento. EL contenido de LA VEREDA deberá atraer al lector, y este mecanismo, a su vez, arrastrará a la publicidad.

4.4. La publicidad siempre estará diferenciada tipográficamente de los textos elaborados en la Redacción. Los tipos de letra reservados para las informaciones no pueden ser utilizados en la publicidad. Los anuncios cuyo diseño se parezca a las columnas o parrilla de contenido de LA VEREDA deberán incluir en la cabecera la palabra 'Publicidad'.

4.5. Durante las campañas electorales, la publicidad política no podrá pautarse en LA VEREDA.

## 5. Fotografía

5.1. En LA VEREDA quedan prohibidas toda manipulación de fotografías que no sean estrictamente técnicas, es decir, solo se permitirán cambios en la iluminación. No se permitirá el retoque digital de los rostros o situaciones de las fotografías, nada que distorsione la realidad de la fotografía.

5.2. El uso de fotografías que incitan al morbo está prohibido. Ello incluye escenas sexuales, abuso, tortura, desmembramientos, abuso de animales, entre otros. Solo se permitirán desnudos artísticos con su respectiva censura.

## 6. Expresiones Malsonantes

6.1. Las expresiones vulgares, obscenas, blasfemas o que inciten al odio están prohibidas. Como única excepción a esta norma, cabe incluirlas cuando se trate de citas textuales y, aun así, siempre que procedan de una persona relevante, que hayan sido dichas en público o estén impresas y que no sean gratuitas. Es decir, sólo y exclusivamente cuando sean relevantes para la información.



6.2. En concordancia con el párrafo anterior, si hay que escribir una palabra o frase malsonante, ésta se suscribirá con todas sus letras, pero nunca de forma abreviada, por ejemplo: la frase “le llamó hijo de puta”, no debe ser abreviada como “le llamó hijo de p....” o “le llamó hpta”.

6.3. En ninguna circunstancia deben utilizarse palabras o frases que resulten ofensivas para una comunidad. Por ejemplo: “le hizo una judiada”, “le engañó como a un chino”, “eso es una gitanería”, “Negro ladrón”, entre otras.

## 7. Entrevistas

7.1. Las conversaciones serán grabadas (audio y video). El entrevistado confía, al conceder la entrevista, en la profesionalidad del entrevistador que debe transcribir y resumir sus ideas. El entrevistador podrá, si así lo desea el entrevistado y para su mayor tranquilidad, facilitarle una copia de la transcripción antes de que sea publicada, de modo que éste tenga la oportunidad de corregir expresiones que hubieren sido mal transcritas. Pero no podrá alterar el diálogo que el entrevistador consiga extraer durante la conversación.

7.2. Salvo en situaciones muy excepcionales, no deben realizarse entrevistas mediante cuestionarios previos. Y, en ese caso, ha de advertirse al lector.

## 8. Reportaje

8.1. Las anécdotas irrelevantes son un pobre recurso que debe evitarse. No así las que tengan un claro valor simbólico.

8.2. Si dentro de un grupo de personas hay una persona que domine más la historia, es obligado comenzar por ella.

8.3. El relato. Tras realizar una introducción, el relato debe contar con estructura y lógica. La persona que dirige o narra el reportaje debe emplear citas, anécdotas, ejemplos y datos de interés humano para dar vivacidad a su trabajo.

## 9. Crónicas

9.1. En LA VEREDA puede emplearse el estilo de crónica.

9.2. La crónica debe contener elementos noticiosos, será titulada, por regla general, como una información y puede incluir análisis. La persona





que haga o escriba la crónica debe explicar y razonar las interpretaciones que exprese, y construir su texto de modo que la información prime sobre la interpretación.

9.3. No es tolerable, en cambio, la coetilla que refleja opiniones o hipótesis aventuradas. La crónica debe mostrar un estilo ameno, a ser posible con anécdotas y curiosidades. En un estilo estrictamente noticioso.

## 10. Protocolo para actuar en caso de comentarios xenófobos o discriminantes

10.1. Debido a los principios, valores y visiones expresadas anteriormente, La Vereda no tolera ni permite los comentarios xenófobos y discriminantes, en ninguno de sus canales de comunicación, por lo que el medio está obligado a actuar para mitigar los efectos de estos.

10.2. Nos regimos por las recomendaciones emitidas por ACNUR Colombia y los pasos expuestos en su [Kit Anti-Xenofobia](#), pero adaptado a nuestro marco de uso. Por ello, en caso de comentarios xenófobos o discriminantes aplicaremos los siguientes instrucciones:

10.2.1. No responder ni contrargumentar los comentarios xenófobos o discriminantes en primera instancia. Se recomienda conocer con más profundidad lo que piensa la persona, cuales son sus motivos o razones para emitir dicho comentario o si existe un argumento basado en evidencia con lo que pueda justificar dicho comentario.

10.2.2. Las primeras respuestas deben estar enfocadas en preguntar a la persona sobre lo que sabe y lo que no, sobre lo que piensa y en que basa sus opiniones.

10.2.3. Una vez conocido el argumento o la opinión de la persona con mayor profundidad. Se recomienda responder con un argumento sustentado en evidencias que contraste el comentario discriminante.

10.2.4. Luego de ello, se recomienda apelar a la empatía para responder a comentarios discriminantes. Se deben realizar preguntas o emitir comentarios que permitan entender a la persona la situación que atraviesan otras en condición de movilidad humana. En este paso se debe enfocar la respuesta en hacerle entender a la o el emisor del comentario discriminante que las personas en condición de movilidad humana no han venido a nuestro país de forma voluntaria o con malas intenciones.



10.2.5. Para finalizar alguna respuesta o conversación en caso de un comentario discriminante, se recomienda sugerir no generalizar la situación de las personas en condición de movilidad humana, así como hacer énfasis en los efectos negativos que puede acarrear el emitir ese tipo de comentarios.

10.2.6. En caso de que ante un comentario xenófobo o discriminante se genere un debate entre usuarios en la sección de comentarios de los canales de comunicación de La Vereda, se recomienda guiar dicha discusión haciendo preguntas o emitiendo argumentos que permitan empatizar con la comunidad de personas en condición de movilidad humana y que enfoquen la conversación en problemas o causas reales que eviten que se relacione a esta comunidad con fenómenos negativos de forma errónea.

## 11. Calidad del formato

11.1. Para que alguna pieza de contenido, en cualquiera de sus formatos (audio, visual, audiovisual, texto, etc), pueda ser difundida en los canales de La Vereda, debe cumplir con todas las normas antes expuestas.

11.2. En el caso de los vídeos estos deben tener una calidad mínima de 720P a 30 FPS para que puedan ser considerados de una calidad óptima.

11.3. Las imágenes deben tener más de 1000 píxeles de ancho y de largo para que sean consideradas de buena resolución.

11.4. El audio de una pieza de contenido debe ser entendible, fácil de escuchar y no contener ruidos externos que interfieran con esta.

11.5. Los textos que se incluyan, ya sea dentro o como complemento de las piezas de contenido, deben estar libres de faltas ortográficas y cumplir con las normas de escritura antes expuestas.

11.6. Toda pieza de contenido debe ser evaluada por el Consejo Editorial del medio. Sus miembros verificarán que cumpla con la calidad mínima requerida y el resto de las normas antes expuestas, incluyendo los principios éticos, valores y visiones establecidas por La Vereda.

## Anexo 8: Credenciales de Presentación del Proyecto



# Problema


- **Escasa empatía** de los guayaquileños a los venezolanos.
- **Insuficientes espacios** en medios de comunicación para los venezolanos.
- **No se consume ni se visibilizan** otras narrativas sobre la migración y la comunidad venezolana.

Navigation icons: back, forward, search, refresh, home, list, print, zoom in, zoom out.

# Solución


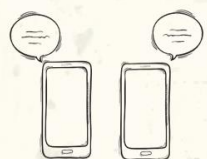

Un medio de comunicación digital comunitario bicultural para:

-  **Empatizar a la comunidad guayaquileña** con la realidad de la comunidad venezolana
-  **Incrementar la participación** de la comunidad venezolana en medios de comunicación.
-  **Compartir contenido diversificado** que visibilice otras narrativas sobre la comunidad venezolana.

# Población

Población de Ecuador: + 17 millones (aprox).

		
<p><b>Usuarios de internet:</b> 13,8 millones (en promedio).</p>	<p><b>Usuarios de redes sociales:</b> 13 millones (70%) se conectan únicamente desde un smartphone).</p>	<p>+10 millones consumen medios de comunicación locales a través de internet.</p>

Fuente: Mentinno, 2020

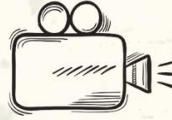


## Consumo

Más del 67% de los usuarios de internet se encuentran entre los 13 y 34



Guayaquil es la ciudad con más usuarios de internet en el país (19%).



Categoría de contenido más consumida: entretenimiento.

## LOGIN

Principales redes sociales y sitios web: Google, Facebook, YouTube, Instagram.

Fuente: Mentinno, 2020

## Producto

**LA BANQUETA** (HISTORIAS DE VIDA)

**LA TIZA** (HISTORIAS ANIMADAS)

**LA VENTANA** (FACT CHECKING/ ACLARACIÓN DE DATOS)

**EL MURAL** (ARTE Y CULTURA)

**LA CALLE** ( TUTORIALES) "LA ESCUELA DE LA VIDA"

**EL POSTE** (EMPRESARIOS/ INICIATIVAS)



## Fortalezas

- Primer canal comunitario bicultural del país (Contenido narrativo - vivencial).
- Bajo costo de implementación: acceso a recursos y herramientas gratuitas o con precios asequibles.
- Apoyo de ONGs para la creación de contenido.



## Oportunidades

- Población venezolana en Ecuador no se siente representada en medios de comunicación tradicionales.
- Sustentabilidad: la inversión en medios digitales se incrementa aproximadamente de 20% cada año.
- Incremento en el consumo de contenidos digitales producidos por el confinamiento.



## Debilidades y amenazas

Competencia: Medios de comunicación tradicionales con amplia audiencia digital.

Recursos limitados para crear contenido de manera más rápida y con mejor calidad.



Contexto de pandemia dificulta las tareas presenciales y obtención de auspicios.

Actitud negativa de la comunidad receptora hacia las personas venezolanas.



[contacto@lavereda.tv](mailto:contacto@lavereda.tv)



[/lavereda.tv](https://www.facebook.com/lavereda.tv)



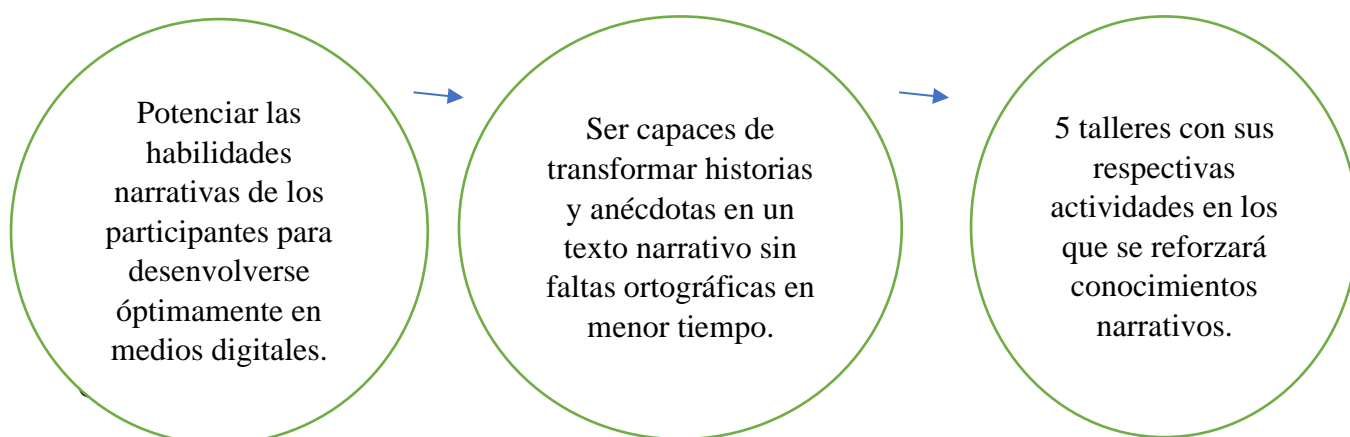
[@lavereda.tv](https://www.instagram.com/lavereda.tv)

## Anexo 9: Diseño Metodológico de los Talleres

### Taller virtual de creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida

#### Metodología

##### *Diseño inverso*



- Reforzar conocimientos de redacción y narrativas para fomentar la creatividad de contenidos de modo que se integren diferentes perspectivas para la implementación de historias de vida.

#### Objetivos generales

- Proporcionar información que refuercen los conocimientos en temas de redacción, mediante 4 talleres, con el fin de lograr que los participantes conozcan el tema y pongan en práctica en los medios digitales que se utilizarán en el proyecto.

#### Objetivos destrezas

Cada participante logra un nivel básico que le permita desenvolverse en temas de redacción de contenidos.

- Principios básicos para la creación de contenidos digitales.



- Redacción de contenidos.
- Plan de difusión de contenidos.
- Narrativas de historias.

**Objetivos de conocimiento**

- Conocimientos básicos en medios narrativos.

**Objetivos aptitudinales y actitudinales**

- Compromiso
- Motivación
- Iniciativa
- Comprensión lectora
- Proactividad

**Clases de conocimientos**

- Temas narrativos
- Ortografía
- Habilidades comunicativas

## Anexo 10: Cronograma de Actividades de los Talleres

### Tema: Creación, redacción y difusión de contenidos

Fecha: lunes 24 de agosto

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y propósito del taller.	-	2 minutos
Introducción	Explicación general del glosario que se dictará,	-	5 minutos
Redacción y creación de contenidos	El objetivo es que cada uno de los participantes logren conocer estrategias de cómo conectar y a crear vínculos con sus potenciales público.	-Crear un calendario de contenidos y publica regularmente. -objetivos para cada una de las publicaciones. - curación de contenidos. -Adaptar el tono a cada red social. -Generar expectación. -Decide el tema y estructura del post. -Crea contenido de valor. -Emplea una redacción de contenidos sencilla.	60 minutos
Storytelling	El objetivo es que los participantes puedan plasmar sus historias en contenido narrativo con el fin de dar una perspectiva entretenida y literaria.	Principios de diferentes narrativas para aplicar en medios digitales.	60 minutos.

Fecha: miércoles 26 de agosto

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Cómo hablar ante la cámara	Empoderar a las personas a tener confianza al expresarse con temas útiles como la importancia de la postura y el lenguaje corporal	Importancia de la postura y el lenguaje corporal.	60 minutos
Manejo de cámara	Los participantes logren videos profesionales con pocos recursos con temas para lograr un buen manejo de luz y el idóneo enfoque ante la cámara	Buen manejo de luz y el idóneo enfoque ante la cámara para poder comunicar.	60 minutos

para poder comunicar

---

**Fecha: viernes 28 de agosto**

---

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración</b>
Difusión de contenidos	Enseñar técnicas que garantice que el contenido llegue al público adecuado y cumpla resultados óptimos.	Planificación de post, canales, pautas y medición.	60 minutos

---

**Anexo 11: Tutores de Talleres**

<b>Talleres</b>	<b>Recursos</b>	<b>Perfil profesional requerido</b>	<b>Responsables</b>
Redacción y creación de contenidos			Nahara Morán
Storytelling	Acceso a internet	- Expertos/as en marketing digital	Enrique Rojas
Cómo hablar ante la cámara	Zoom App, dispositivo electrónico (computadora, Laptop o Tablet)	- Redactores comerciales - Diseñadores/as y editores/as	Ilona Vallarino
Manejo de cámara		- Community managers - Productores audiovisuales	Juan Sebastián Mosquera
Difusión de contenidos		Periodistas	Maialen Fernández

**Anexo 12: Estructura de Talleres Virtuales Asincrónicos**

<b>Modulo</b>	<b>Clase</b>	<b>Duración</b>	<b>Actividades</b>
Redacción y creación de contenidos	<i>¿Qué buscamos en las redes?</i>	<b>8:32</b>	Cuestionario: el contenido en redes sociales
	<i>¿Qué hablar y cómo hablar en redes sociales?</i>	<b>9:13</b>	Cuestionario: comunicarse en las redes sociales
	<i>¿Cómo se adapta nuestro contenido a las redes sociales y al internet?</i>	<b>8:29</b>	Cuestionario: gestionar el contenido para las redes sociales
	<i>Definición de objetivos y público objetivo</i>	<b>8:16</b>	Cuestionario: objetivos del contenido
	<i>Publicar contenido en redes sociales</i>	<b>8:23</b>	Cuestionario: Publicar contenido en redes sociales Actividad: Crea contenido
Storytelling	<i>¿Qué es el Storytelling?</i>	<b>9:31</b>	Cuestionario: ¿Qué es el Storytelling?
	<i>Crear una narrativa de historia de vida</i>	<b>6:56</b>	Cuestionario: Creación de narrativas de historias de vida Actividad: Transmitir emociones

<b>Modulo</b>	<b>Clase</b>	<b>Duración</b>	<b>Actividades</b>
	<i>Narrar historias de forma efectiva</i>	<b>6:45</b>	Cuestionario: comunica tu historia  Actividad: Narra tu historia de vida.
Cómo hablar ante la cámara	<i>Preparación para hablar ante las cámaras</i>	<b>8:41</b>	Cuestionario: previo a grabar
	<i>Hablar ante las cámaras de forma correcta</i>	<b>8:22</b>	Cuestionario: recomendaciones para grabar
Manejo de cámara	<i>Elaboración de la idea y preproducción de un vídeo</i>	<b>8:59</b>	Cuestionario: Antes de producir
	<i>Producción de un vídeo</i>	<b>8:38</b>	Cuestionario: producción de un vídeo
	<i>Planos de una toma y herramientas básicas de posproducción</i>	<b>8:54</b>	Cuestionario: Narración visual
Difusión de contenidos	<i>Comunicación digital: qué es y cómo crear estrategias</i>	<b>9:45</b>	Cuestionario: Comunicación digital
	<i>Impulsar una marca en redes sociales</i>	<b>8:37</b>	Cuestionario: impulsar marcas en redes sociales

<b>Modulo</b>	<b>Clase</b>	<b>Duración</b>	<b>Actividades</b>
	<i>Pautar en Facebook: primeros pasos</i>	<b>9:10</b>	Cuestionario: Cómo pautar
	<i>Pautar en Facebook: obtener y medir resultados</i>	<b>9:08</b>	Cuestionario: Obtener y medir resultados de una pauta

**Anexo 13: Evento de Lanzamiento de Sitio Web LAVEREDA.TV**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Instrucciones</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración</b>
Bienvenida	Bienvenida y agradecimiento por estar presente virtualmente.		-	2 minutos
Introducción	Presentar el propósito de la inauguración.	El presentador explica cómo se hizo la página.	Mostrar la página	10 minutos
Testimonios	El objetivo es que uno de los participantes de su opinión de cómo fue su proceso para formar parte de la vereda y cómo se sintió formado parte.	Presentar a participante que contará su experiencia.		5 minutos
Voluntarios	Se escogerá 2 piezas de contenido para mostrar	Presentar las piezas de contenido	Piezas de contenido	10 minutos
Agradecimiento a las participantes y organizaciones	Se agradecerá a todas las personas y organizaciones que apoyaron el proyecto	Tener lista de nombres de personas y organizaciones que han formado parte		10 minutos
Preguntas	Preguntar si alguien tiene alguna duda u opinión que dar	Se resolverán dudas		10 minutos
Cierre	Agradecer a los que estuvieron presentes virtualmente	Se visualizará un video de la página web		5 minutos



## **Anexo 14: Guía Semiestructurada para Entrevista de La Vereda y Proyecto Zoom**

### **Guía de preguntas movilidad y diversidad sexogenérica**

1. ¿Cómo era su vida en Venezuela? ¿Qué es lo que más añora de esa vida?
2. ¿Qué razones le hicieron tomar la decisión de migrar?
3. ¿Qué dificultades ha supuesto para usted migrar a Ecuador?
4. ¿Ha influido el ser LGBTIQ+ en el proceso migratorio? ¿De qué formas?
5. ¿Cómo se siente con usted mismo al vivir y experimentar todo lo que nos ha contado?

## Anexo 15: Planificación de Podcast con Proyecto Güeyitas

### Tema

La importancia de los animales de compañía en el proceso de resiliencia y adaptación en personas en condición de movilidad humana.

### Objetivo

Destacar la ayuda y beneficios que trae tener una mascota en la vida de las personas que se encuentran en condición de movilidad humana.

### Grabación

**Fecha predeterminada.** jueves, 8 de octubre del 2020

**Hora.** 9pm

**Tiempo estimado.** 45 minutos.

**Plataforma.** Zoom

### Participantes - Perfil de los participantes

- Presentador Integrante de La Vereda
- Presentadora Integrante de Güeyitas
  - Psicólogo de HIAS
  - Participante voluntario de La Vereda
  - Psicóloga clínica y directora de Refugio Pana
  - Cofundadora de Ciudad de los Gatos

Temas	Participante
Efectos psicosociales de la migración y el refugio en las personas.	Participante de HIAS
Beneficios de las mascotas para lidiar problemas de la salud mental asociados a la movilidad humana	Participante de Ciudad de Gatos
Historia y experiencia trayendo animales de compañía desde Venezuela	Participante invitada de La Vereda
Daños emocionales de la migración en niños. Beneficios de las mascotas en la salud mental de los niños.	Participante de Refugio Panas

### **Orden del podcast**

1. Presentación del podcast a cargo de La Vereda
2. Introducción de Güeyitas y La Vereda
3. Introducción al tema del podcast y a los participantes.
4. Preguntas a participantes y conversación
5. Cierre de conversación con reflexiones finales de cada participante y presentador.
6. Agradecimiento a la organizaciones
7. Cierre del podcast a cargo de La Vereda

### **Guía de preguntas para la conversación**

1. ¿Qué problemas psicosociales atraviesan las personas en condición de movilidad humana?
2. ¿Qué efectos pueden tener los animales de compañía en las personas en condición de movilidad humana?
3. ¿De qué forma ayudan los animales de compañía a niños, niñas o adolescente y adultos mayores?
4. ¿Cómo afecta la etapa del duelo a las personas en condición de movilidad humana?
5. ¿Qué recomendaciones se pueden hacer para que las personas en condición de movilidad humana puedan cuidar correctamente de sus animales de compañía tomando en cuenta las diversas situaciones en las que pueden encontrarse?

### **Indicaciones para las y los participantes:**

1. Se deben respetar las diferencias de opinión al expresar los puntos de vista
2. Cada participante debe esperar su turno para poder continuar la conversación
3. Son válidas las preguntas y respuestas entre los participantes.

## Anexo 16: Afiche de Evento de Movilidad Humana y Género

# MOVILIDAD HUMANA & VIOLENCIA DE GÉNERO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN



### Martes 17 de Noviembre:

#### ¿Cómo abordar la movilidad humana desde el periodismo?

- Yasmina Hera, Presidenta de la Asociación de Periodistas Venezolanos en Ecuador.
- Invitados de la Asociación de Periodistas Venezolanos en Perú y la Alianza de Comunicadores Venezolanos de Antioquia.

#### Enfoque de movilidad humana en la comunicación

- La Vereda.

### Jueves 19 de Noviembre:

#### Presentación del estudio Violencia contra las mujeres: una pandemia invisible.

- María José Martínez, Corresponsal para medios internacionales.
- Periodistas e investigadores de Latinoamérica invitados.

#### Conversatorio sobre género, ciudadanía y comunicación a cargo de Proyectos de aplicación Profesional, Universidad Casa Grande:

- Libros Humanos.
- Derecho al Placer.
- Zoom.

**Plataforma: Vía Zoom**  
**Hora: 6:30 pm**



**DAP**




**Zoom**

### Anexo 17: Reporte de Google Analytics de sitio web de La Vereda

 Analytics La Vereda Todos los datos de sitios ...

[Ir al informe](#) 

#### Canales

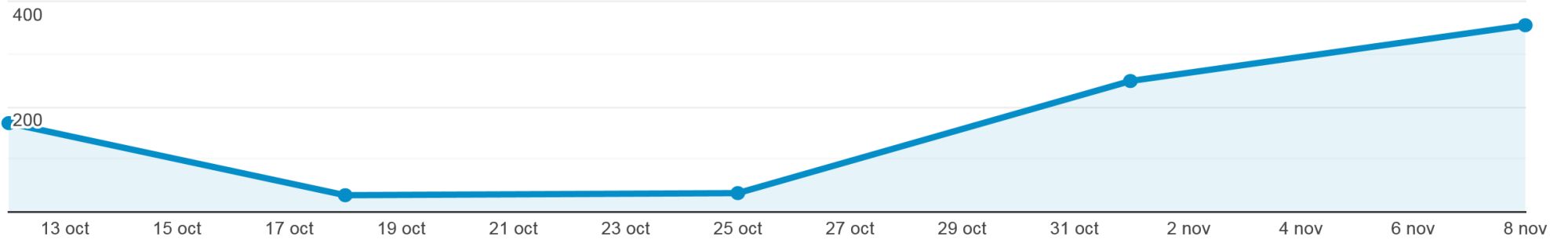
 Todos los usuarios  
100,00 % Usuarios

12 oct 2020 - 14 nov 2020

#### Explorador

Resumen

#### ● Usuarios



Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Tasa de conversión del objetivo	Objetivos cumplidos	Valor del objetivo
	<b>814</b> % del total: 100,00 % (814)	<b>814</b> % del total: 100,12 % (813)	<b>953</b> % del total: 100,00 % (953)	<b>70,62 %</b> Media de la vista: 70,62 % (0,00 %)	<b>1,83</b> Media de la vista: 1,83 (0,00 %)	<b>00:01:19</b> Media de la vista: 00:01:19 (0,00 %)	<b>0,00 %</b> Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	<b>0</b> % del total: 0,00 % (0)	<b>0,00 US\$</b> % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. <b>Social</b>	<b>595</b> (73,10 %)	<b>596</b> (73,22 %)	<b>620</b> (65,06 %)	<b>73,55 %</b>	<b>1,65</b>	<b>00:00:38</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
2. <b>Direct</b>	<b>218</b> (26,78 %)	<b>217</b> (26,66 %)	<b>332</b> (34,84 %)	<b>65,36 %</b>	<b>2,14</b>	<b>00:02:34</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
3. <b>Organic Search</b>	<b>1</b> (0,12 %)	<b>1</b> (0,12 %)	<b>1</b> (0,10 %)	<b>0,00 %</b>	<b>13,00</b>	<b>00:04:59</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)

Filas 1 - 3 de 3

12 oct 2020 - 14 nov 2020

Todos los usuarios  
100,00 % Usuarios

Dimensión principal:

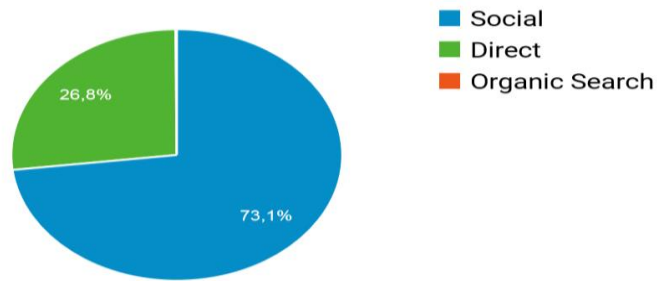
Canales principales

Conversión:

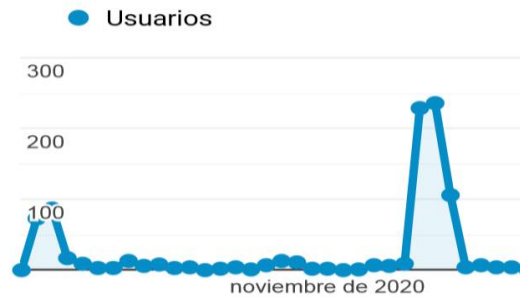
Todos los objetivos

[Modificar agrupación de canales](#)

### Canales principales



### Usuarios



### Conversiones



### Conversiones



#### Configure un objetivo

Defina o uno o más objetivos para ver las métricas de los resultados.

[INTRODUCCIÓN](#)

	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios +	Usuarios nuevos +	Sesiones +	Porcentaje de rebote +	Páginas/s... +	Duración media de la sesión +
	814	813	953	70,62 %	1,83	00:01:19
1 Social	595	<div style="width: 73,55%;"></div>		73,55 %	<div style="width: 73,55%;"></div>	
2 Direct	218	<div style="width: 26,8%;"></div>		65,36 %	<div style="width: 65,36%;"></div>	
3 Organic Search	1	<div style="width: 0%;"></div>		0,00 %	<div style="width: 0%;"></div>	

País	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Tasa de conversión del objetivo	Objetivos cumplidos	Valor del objetivo
	<b>814</b> % del total: 100,00 % (814)	<b>814</b> % del total: 100,12 % (813)	<b>953</b> % del total: 100,00 % (953)	<b>70,62 %</b> Media de la vista: 70,62 % (0,00 %)	<b>1,83</b> Media de la vista: 1,83 (0,00 %)	<b>00:01:19</b> Media de la vista: 00:01:19 (0,00 %)	<b>0,00 %</b> Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	<b>0</b> % del total: 0,00 % (0)	<b>0,00 US\$</b> % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Ecuador	<b>694</b> (85,26 %)	694 (85,26 %)	811 (85,10 %)	68,56 %	1,92	00:01:23	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. United States	<b>52</b> (6,39 %)	52 (6,39 %)	52 (5,46 %)	88,46 %	1,17	00:00:24	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. Venezuela	<b>33</b> (4,05 %)	33 (4,05 %)	49 (5,14 %)	83,67 %	1,24	00:01:46	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. Colombia	<b>8</b> (0,98 %)	8 (0,98 %)	8 (0,84 %)	75,00 %	1,38	00:00:05	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. Chile	<b>7</b> (0,86 %)	7 (0,86 %)	10 (1,05 %)	60,00 %	2,30	00:02:22	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
6. Canada	<b>3</b> (0,37 %)	3 (0,37 %)	3 (0,31 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
7. Peru	<b>3</b> (0,37 %)	3 (0,37 %)	6 (0,63 %)	83,33 %	1,17	00:00:28	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
8. Germany	<b>2</b> (0,25 %)	2 (0,25 %)	2 (0,21 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
9. Spain	<b>2</b> (0,25 %)	2 (0,25 %)	2 (0,21 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
10. Panama	<b>2</b> (0,25 %)	2 (0,25 %)	2 (0,21 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Filas 1 - 10 de 17



**Anexo 18: Informe de Pautas en Facebook****Tabla 1***Pauta en Facebook*

<b>Post</b>	<b>Alcance</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Gasto total</b>	<b>Personas</b>	<b>Actividad</b>
Se busca medios que nos representen	16.575 personas	2.135	10 dólares	43.3% mujeres 56.7% hombres	15 me encanta 161 me gusta 351 me divierte
Representación Venezolana	4924 personas	92	5 dólares	65.8% hombres 34.2% mujeres	33 me gusta 2 me encanta 8 me divierte
Migrar en tiempos de COVID-19	1786 personas	1220	2 dólares	50.6% mujeres 49.4% hombres	4 me gusta 881 thru plays
Video promocional La Vereda	4120 personas	672	6 dólares	-	5 me gusta 2 me encanta 2935 thru plays
Maleta llena de sueños	746 personas	112	1.48 dólares	65.8% mujeres 4.2 hombres	558 thru plays
¿Ya probaste el encebollado?	3123 personas	444	5 dólares	-	2319 thru plays
Jergas Guayacas	15.073 personas	786	10 dólares	25.9% mujeres 74.1% hombres	30 likes 21 me divierte 5 me encanta 14 comentarios 1635 thru plays

<b>Post</b>	<b>Alcance</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Gasto total</b>	<b>Personas</b>	<b>Actividad</b>
En Ecuador existen personas lindas	2.198 personas	442	5 dólares	62.8% mujeres 37.2% hombres	1680 thru plays

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Analítica de Facebook de La Vereda, 2020

## Anexo 19: Informe de Pautas en Instagram

**Tabla 2**

*Pauta en Instagram*

Post	Interacciones	Descubrimiento	Promoción	Audiencia
Una maleta llena de sueños	35 likes 32 clicks promocionales	3441 impresiones 3028 personas alcanzadas	4 dólares	57% mujeres 43% hombres
¿Quiénes somos?	194 likes 3 comentarios 1 guardado 272 visitas al perfil	4824 impresiones 3527 personas alcanzadas 48 nuevos seguidores	6 dólares	40% mujeres 60% hombres
La Vereda	114 likes 3 comentarios 9 guardados 149 visitas al perfil	12256 impresiones 8705 personas alcanzadas 12 nuevos seguidores	12 dólares	24% mujeres 76% hombres
Guayaquil Bicentenario	309 likes 24 comentarios 25 guardados 119 visitas al perfil	10557 impresiones 8002 personas alcanzadas 20 nuevos seguidores	9 dólares	40% mujeres 60% hombres
En la TV no hablan de nosotros	82 likes 1 comentario 4 guardados 69 visitas al perfil	4.874 impresiones 3854 personas alcanzadas 5 nuevos seguidores	5 dólares	15% mujeres 85% hombres
Podcast Gueyitas	38 likes 5 comentarios 28 visitas al perfil	5150 impresiones 4259 personas alcanzadas	4 dólares	55% mujeres 45% hombres

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Analítica de Instagram de La Vereda, 2020

## Anexo 20: Informe de Facebook

**Tabla 1**

*Crecimiento en Facebook de la página*

<b>Rango de tiempo</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Impresiones</b>	<b>Visitas al sitio web</b>
Agt 12- Sept 12	318	2637	34
Sept 13-Oct 13	348	61.840	85
Oct 14- Nov 14	371	72.710	270

*Nota.* Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2020

**Tabla 2**

*Publicaciones en Facebook*

<b>Rango de tiempo</b>	<b>Engagement</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Alcance</b>	<b>Posts</b>
Agt 12- Sept 12	39.33	82	2.085	10
Sept 13-Oct 13	46.69	1.194	25.570	8
Oct 14- Nov 14	95.77	2.509	26.200	9

*Nota.* Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2020

## Anexo 21: Informe de Instagram

**Tabla 1**

*Perfil de Instagram*

Rango de tiempo	Comunidad	Impresiones	Visitas al sitio web
Agt 12-Sept 12	502	2.048	0
Sept 13-Oct 13	738	62.184	7
Oct 14-Nov 14	806	25.650	41

*Nota.* Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool

**Tabla 2**

*Publicaciones en Instagram*

Rango de tiempo	Engagement	Interacciones	Alcance	Posts
Agt 12-Sept 12	127.19	326	1.506	11
Sept 13-Oct 13	132.63	728	46.180	9
Oct 14-Nov 14	111.11	207	19.650	9

*Nota.* Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool

**Anexo 22: Encuesta sobre Contenido**

# Encuesta de La Vereda

Esta encuesta es realizada con fines académicos por un grupo de estudiantes de la Universidad Casa Grande. El fin de esta es conocer sus opiniones respecto al contenido difundido en sus redes sociales y sitio web de La Vereda.

**\*Obligatorio**

1. Nombre de usuario de Instagram \*

---

2. Género \*

*Marca solo un óvalo.*

- Masculino
- Femenino
- Otro
- Prefiero no decirlo

3. Edad (en números) \*

---

4. ¿Qué tan entretenido le parece el contenido de La Vereda? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho. \*

*Marca solo un óvalo.*

---

Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho
	1	2	3	4	5	

---

5. ¿Qué tan relevante le parece el contenido informativo, reportajes y datos ofrecidos por La Vereda? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho. \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

6. ¿Considera que La Vereda le ha ayudado a conocer y entender la realidad de las personas en condición de movilidad humana? (personas migrantes, refugiadas, desplazadas, retornadas, en tránsito, etc) Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho. \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

7. ¿Qué tanto lograron conectar las historias narradas en sus diferentes formatos con la realidad o experiencias propias? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho. \*

*Marca solo un óvalo.*

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

8. El contenido difundido por La Vereda le parece: (puede escoger hasta 3 opciones) \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Entretenido
- Emotivo
- Informativo
- Aburrido
- Educativo
- Gracioso

9. Comente de manera breve ¿Cómo se ha sentido cuando consume contenido difundido por La Vereda? \*

---

---

---

---

---

---

---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

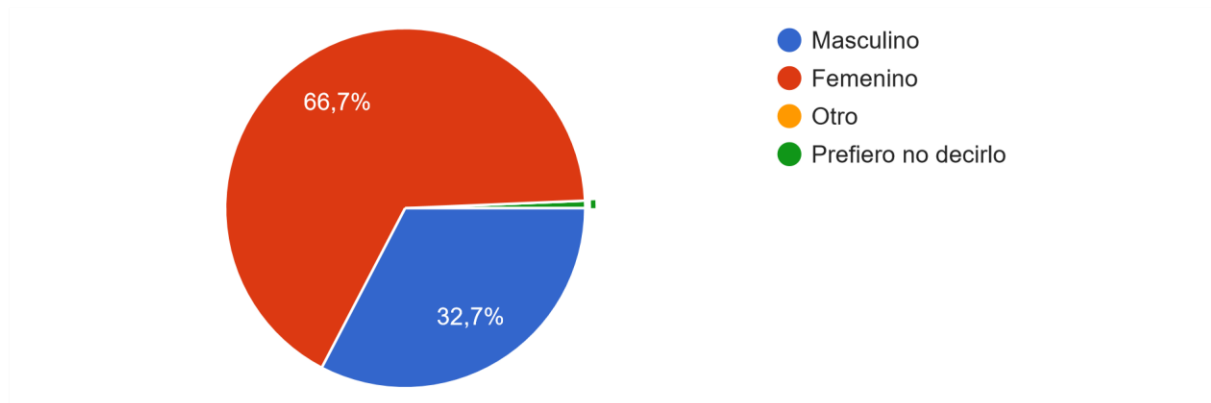
**Google** Formularios



**Anexo 23: Resultados de Encuesta de Contenido**

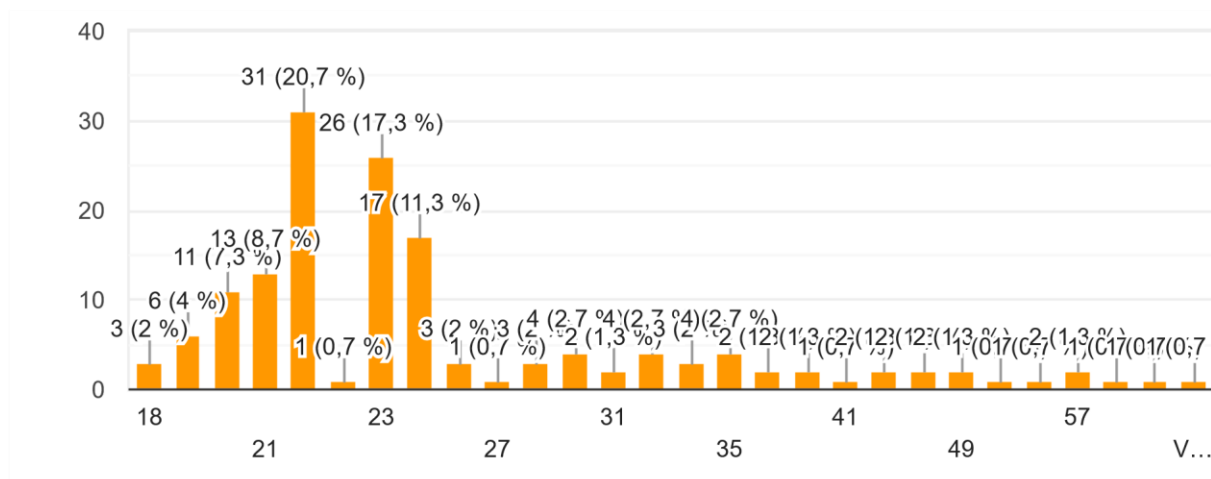
**Género**

150 respuestas



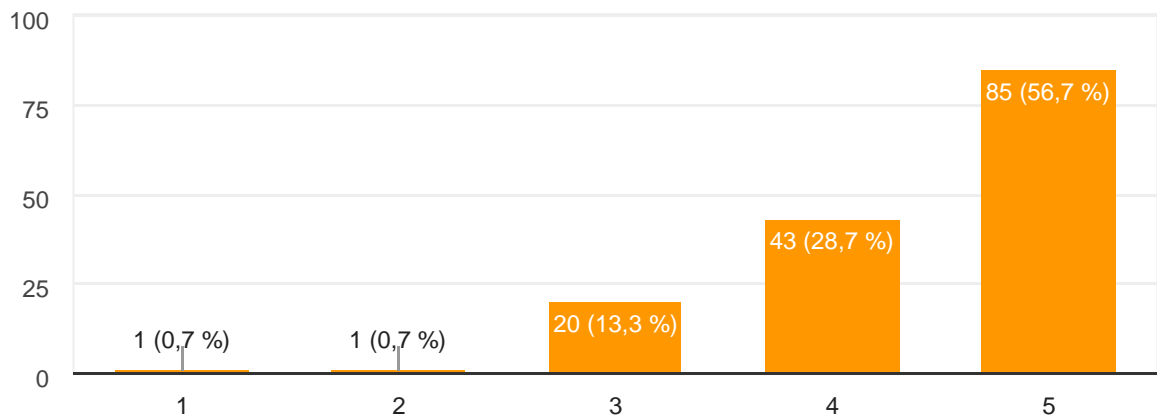
**Edad (en números)**

150 respuestas



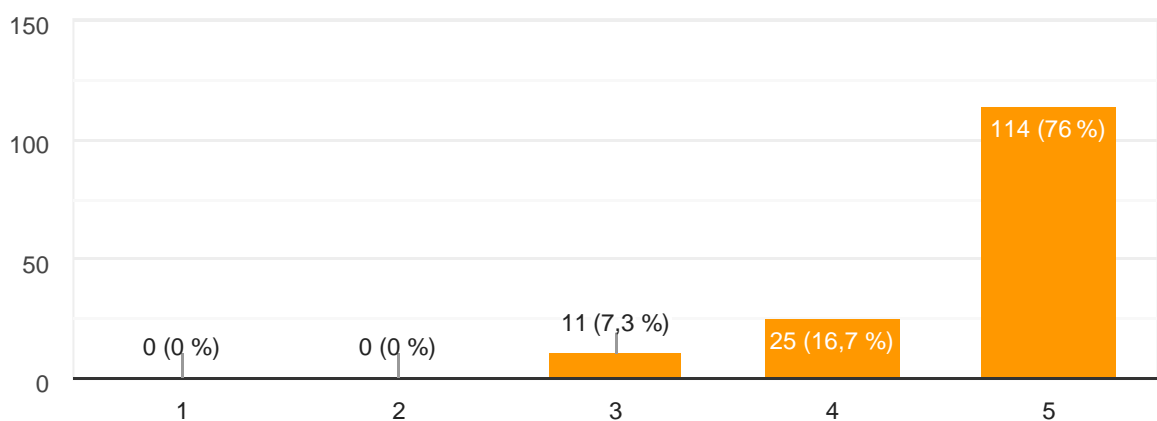
¿Qué tan entretenido le parece el contenido de La Vereda? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho.

150 respuestas



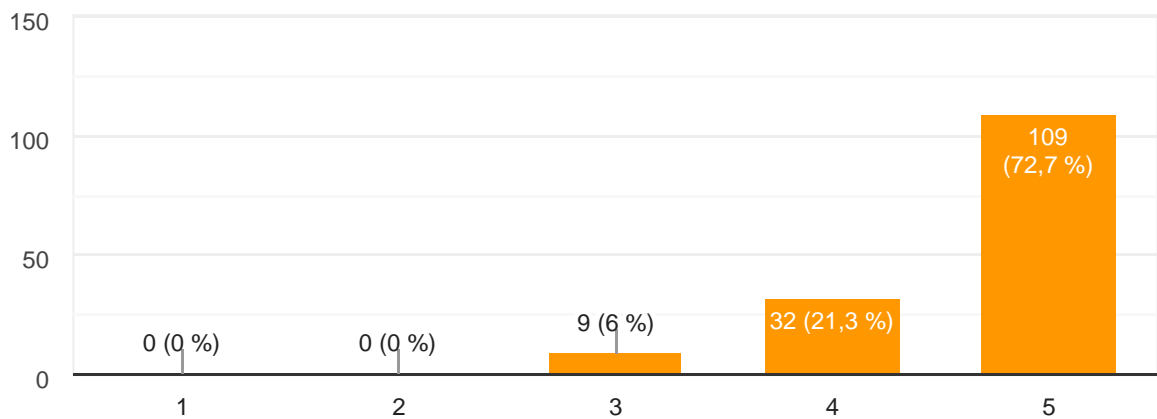
¿Qué tan relevante le parece el contenido informativo, reportajes y datos ofrecidos por La Vereda? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho.

150 respuestas



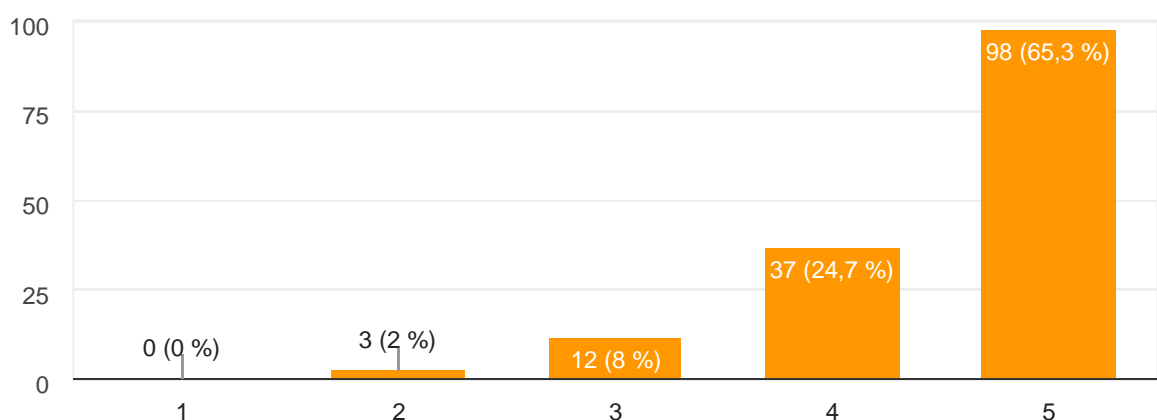
¿Considera que La Vereda le ha ayudado a conocer y entender la realidad de las personas en condición de movilidad humana? (personas migrantes, refugiadas, desplazadas, retornadas, en tránsito, etc) Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho.

150 respuestas



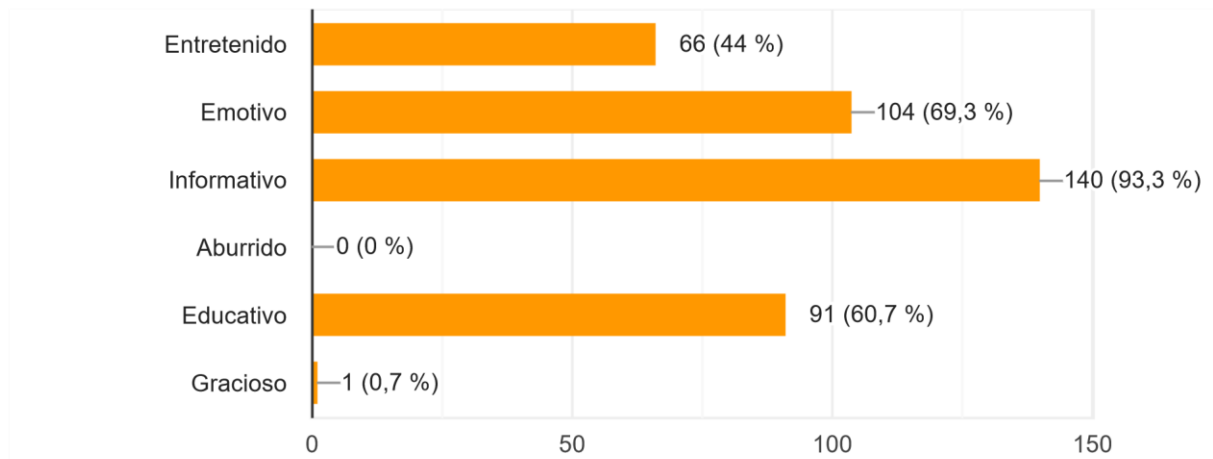
¿Qué tanto lograron conectar las historias narradas en sus diferentes formatos con la realidad o experiencias propias? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada y 5 es mucho.

150 respuestas



El contenido difundido por La Vereda le parece: (puede escoger hasta 3 opciones)

150 respuestas



Comente de manera breve ¿Cómo se ha sentido cuando consume contenido difundido por La Vereda?

150 respuestas

Lleno de privilegios al saber que hay tantas personas que sufren todos los días pero que a la vez dan lo mejor de si para superarse cada día ya sea por ellxs mismxs o por otrxs.
Informada y de una manera muy emocional
Bien
Siento que es información muy importante para dejar la xenofobia atrás
Conmovido
Me he sentido angustiada por lo transmitido sobre la realidad de las personas migrantes venezolanas, pero a la vez con esperanzas ya que también se muestra cómo resisten a la discriminación y xenofobia de Ecuador
Innovador
Ha demostrado una verdad de la cual hemos querido apartarla de la realidad
Siento que soy más consciente de sus realidades
Fantástico
Me entretiene un buen rato de buena forma
😭
Me da más información que otros medios
bien

Bien es Informativo quizás podría ser más colorido para llamar la atención sin llegar a ser vulgar.
Reflexionó
Interesada por el contenido que brindan
Empático
Bien
Expresa una realidad que vive nuestro país y es importante conocerla
Bien
¿Bien?
Emotiva
Me permite empatizar con los procesos migratorios de las minorías que habitan el mismo espacio que yo. Su contenido promueve la reflexión en torno a la migración venezolana y al problematizar las circunstancias en las que se da me crea una tensión emocional necesaria. Además de esto, como propuesta, creo que La vereda también reivindica los aspectos positivos de la misma.
Normal
Interesada
Satisfecha
Intrigado y he sentido empatía por los venezolanos
Privilegiado
Me parecen cool que le den voz a personas que vemos en la cotidianidad, en la calle, semáforos o condiciones no favorables, y que se conozca en redes sociales para concientizar
Identificado
Me parece que es uno de los pocos espacios honestos en redes sociales.
Constantemente me recuerdan la realidad que existe trayéndome un poco de conciencia social.
Entretenido e informado
Informado
Mucha intriga
La verdad que no consumo mucho contenido de la Vereda
Me parece importante, ya que permite ver la situación actual desde otra perspectiva.
Siento una realidad que no es mía
Que me culturizo
Entretenido y pensativo
Sentimiento de culpa y tristeza
Empatía
Me siento muy bien al ver como comparten casos reales que se vive en la actualidad pero que se desconocían.
Estupendo
Informada de los temas que suben

Me siento congraciada porque he aprendido mucho sobre lo que sucede con este grupo en específico
!!
Es un proyecto muy importante para el emigrante venezolano, un lavado de cara, que la gente entienda que los buenos somos mas
Solidaria
Identificada con algunos de sus reportajes, me gustaría en algún momento poder participar con ustedes
Informado
Muy bien y contenta con la información
Feliz de saber que hay esfuerzos para contar esas historias que muchas veces son ignoradas.
Triste por la realidad que viven los extranjeros, en este caso los venezolanos, en mi país, pero aun así el contenido es interesante porque conozco más de cerca la vida de estas personas
Contenta de difundir realidades a las que casi no les dan cabida los medios
Me parece una excelente iniciativa y proyectos como este deben seguir dándose
Me parece importante e interesante la manera como muestran las historias de las personas
Me causa interés, el poder conocer más de cerca la realidad que viven las personas en condición de migrante
Informado
informada
Siento que soy más consciente de sus realidades
Me siento informada e intensa identificada con los migrantes, me ayuda a generar empatía
Me encanta ver la visión y sentimientos de cada uno de los entrevistados. Gracias por realizar este tipo de entrevistas
Innovador
Informada y llevando un impacto de lo visto
Siento que me percato más de la realidad.
Interesada y conmovida
Curiosa
Lleno de empatía y con ganas de ayudar, dado a que he tenido oportunidad de conectar con muchos venezolanos que tuvieron que salir de Venezuela en busca de un mejor futuro
Mucho menos alejado de esta realidad. Incluso culpable o arrepentido por las veces que decidí tomar una postura de indiferencia frente al tema.
Me gusta el mensaje de tolerancia a los extranjeros que comparten
Calle
Me parece interesante enterarnos de la realidad de las personas inmigrantes que no conocemos.
Empatía e impotencia
Contento de ver espacios donde se visibilice la realidad de venezolanos en el país.
Aprovechando el tiempo.
Impactado por la situación que viven los venezolanos

me parece muy interesante
Curiosidad por saber más
Informada
Asombrada puesto que no conocía sobre el tema
Me agrada la información que nos proporciona para las personas que usamos redes sociales
Con empatía al ver la verdadera situación de los migrantes
Cómo venezolana, puedo decir que la vereda es un espacio donde nos permiten contar la otra realidad de la moneda en esta migración.
Me encantan los testimonios de las personas
Mas informada
Informado
consciente de la realidad que tengo tan cercana y no conozco en su totalidad
Siento que hay mucho más que podemos hacer por estas personas.
Bien
Con ganas de conocer más historias
Con mayor conocimiento sobre la realidad
Empática y nostálgica
Empática y nostálgica
Conectada con las personas a través de la pantalla
Se llega a ver la realidad de otras personas. Lo pone a uno a reflexionar lo bendecido/afortunado que es.
Algunos de los posts son testimonios de personas que han tenido buenas experiencias en la ciudad y me motiva a que, si la situación se presenta, yo puedo también dar apoyo a quien necesite porque sabemos que lo que ellos pasan nosotros nunca nos ha pasado, entonces despertar esa empatía es muy importante
Descubriendo la realidad que se vive en muchas zonas de nuestro país, y a ser empáticos con aquellos que se ven más vulnerables en las calles
Conmovida
Entretenido
Transmite mucho sentimiento y buenas emociones. Contenido interesante. Buenos datos
Me causa impresión ver la realidad de los venezolanos en nuestro país
Impactado
Interesante
Contento de ver espacios donde se visibilice la realidad de venezolanos en el país.
Asombrada puesto que no conocía sobre el tema
A pesar de que muestra imágenes de personas vulnerables no las presenta cómo parias de la sociedad
Me permite ver la realidad de la vida de ellos
Conmovido

Muy bien
Aprendo más de la realidad que viven las personas
Conmovida por la realidad de muchas personas.
Concienciada.
Me gusta el mensaje de tolerancia a los extranjeros que comparten
Descubriendo la realidad que se vive en muchas zonas de nuestro país, y a ser empáticos con aquellos que se ven más vulnerables en las calles
Con empatía al ver la verdadera situación de los migrantes
Un poco más consciente de la situación que afrontan las familias venezolanas en Ecuador, lo que no debe ser diferente a lo que ocurre en Colombia.
Susceptible con los mensajes
Bien es muy informativo
Me encanta
Bien
Me causa impresión ver la realidad de los venezolanos en nuestro país
Excelente canal informativo. Sigán trabajando para mejorar bendiciones y éxitos 🙌
Emotiva
Abre los ojos a lo que está pasando la comunidad de migrantes en nuestro país, motiva a hacer un cambio
Me he sentido bien, me ha gustado poder tener acceso a las historias de estas personas que en un inicio fueron mal vistas por la mayoría. Considero que este tipo de proyectos nos permiten empatizar y no juzgar.
muy buen informado
información valiosa
Siento felicidad de ver la motivación por informar sobre realidades humanas que en los filtros comunes de información son ignoradas.
Empatizo con las historias y siento que aprendo de una forma entretenida
Siento mayor empatía con la gente, no solo venezolanos sino también gente de escasos recursos que pasan por situaciones difíciles
Me da pena y tristeza, saber que existe una comunidad muy grande de venezolanos dentro de Ecuador y que no tengan ni los derechos más básicos como la educación
Me da pena y tristeza, saber que existe una comunidad muy grande de venezolanos dentro de Ecuador y que no tengan ni los derechos más básicos como la educación
Porqué estoy informado.
Genial 10/10
Tengo más información, me siento más empaticx
Ayuda a los migrantes.
Que me están contando una realidad que era muy desconocida para todos y que es necesario que muchos más sepan de la cuenta
Me gustó mucho la manera en que mostraron estas historias de los migrantes (videos o audios) fue muy interesante e informativo
Siento que puedo ver una realidad que no es mostrada en otras partes desde una visión distinta



Me divierto cuando veo las diferencias culturales, pero me siento triste cuando veo otras historias de personas que no están en una buena condición
Siento que estoy leyendo información verídica, importante y útil
Siento que es una plataforma para conocer las realidades que viven muchas personas en Ecuador, pero su voz es silenciada o rechazada.
Agradecida de que se les dé una voz a estas personas que más lo necesitan.
Feliz de que haya proyectos con este tipo de contenido
Motivada a conocer más de las realidades de estas personas.
Informado
Conmovida por la realidad de muchas personas.
Conmovida

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

**Google** Formularios

**Anexo 24: Actitudes de los Encuestados por Categorías**

<b>Emociones positivas</b>	<b>Indiferencia</b>	<b>Empatía</b>	<b>Sorpresa</b>	<b>Percepción de estar informado</b>
Bien	Normal	Lleno de privilegios al saber que hay tantas personas que sufren todos los días pero que a la vez dan lo mejor de si para superarse cada día ya sea por ellxs mismxs o por otrxs.	Innovador	Informada y de una manera muy emocional
Fantástico	La verdad que no consumo mucho contenido de la Vereda	Siento que soy más consciente de sus realidades	Interesada por el contenido que brindan	Siento que es información muy importante para dejar la xenofobia atrás
Me entretiene un buen rato de buena forma	!!	Reflexionó	Interesada	Ha demostrado una verdad de la cual hemos querido apartarla de la realidad
bien		Empático	Intrigado y he sentido empatía por los venezolanos	Me da más información que otros medios
Bien		Expresa una realidad que vive nuestro país y es importante conocerla	Me parece que es uno de los pocos espacios honestos en redes sociales.	Bien es Informativo quizás podría ser más colorido para llamar la atención sin llegar a ser vulgar.
Bien		Emotiva	Mucha intriga	Entretenido e informado

<b>Emociones positivas</b>	<b>Indiferencia</b>	<b>Empatía</b>	<b>Sorpresa</b>	<b>Percepción de estar informado</b>
Bien		Me permite empatizar con los procesos migratorios de las minorías que habitan el mismo espacio que yo. Su contenido promueve la reflexión en torno a la migración venezolana y al problematizar las circunstancias en las que se da me crea una tensión emocional necesaria. Además de esto, como propuesta, creo que La vereda también reivindica los aspectos positivos de la misma.	Me parece importante e interesante la manera como muestran las historias de las personas	Informado
Satisfecha		Constantemente me recuerdan la realidad que existe trayéndome un poco de conciencia social.	Me causa interés, el poder conocer más de cerca la realidad que viven las personas en condición de migrante	Me parece importante, ya que permite ver la situación actual desde otra perspectiva.
Entretenido e informado		Me parece importante, ya que permite ver la situación actual desde otra perspectiva.	Innovador	Que me culturizo
Entretenido y pensativo		Siento una realidad que no es mía	Interesada y conmovida	Informada de los temas que suben
Me siento muy bien al ver como comparten casos reales que se vive en la actualidad pero que se desconocían.		Empatía	Me parece interesante enterarnos de la realidad de las personas inmigrantes que no conocemos.	Informado

Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
Estupendo		Es un proyecto muy importante para el emigrante venezolano, un lavado de cara, que la gente entienda que los buenos somos mas	Impactado por la situación que viven los venezolanos	Informado
Algunos de los posts son testimonios de personas que han tenido buenas experiencias en la ciudad y me motiva a que, si la situación se presenta, yo puedo también dar apoyo a quien necesite porque sabemos que lo que ellos pasan nosotros nunca nos ha pasado, entonces despertar esa empatía es muy importante		Solidaria	me parece muy interesante	informada
Muy bien y contenta con la información		Identificada con algunos de sus reportajes, me gustaría en algún momento poder participar con ustedes	Curiosidad por saber más	Me siento informada e intensa identificada con los migrantes, me ayuda a generar empatía
Feliz de saber que hay esfuerzos para contar esas historias que muchas veces son ignoradas.		Siento que soy más consciente de sus realidades	Me encantan los testimonios de las personas	Informada y llevando un impacto de lo visto

<b>Emociones positivas</b>	<b>Indiferencia</b>	<b>Empatía</b>	<b>Sorpresa</b>	<b>Percepción de estar informado</b>
Contenta de difundir realidades a las que casi no les dan cabida los medios		Me siento informada e intensa identificada con los migrantes, me ayuda a generar empatía	Con ganas de conocer más historias	Informada
Me encanta ver la visión y sentimientos de cada uno de los entrevistados. Gracias por realizar este tipo de entrevistas		Interesada y conmovida	Impactado	Me agrada la información que nos proporciona para las personas que usamos redes sociales
Contento de ver espacios donde se visibilice la realidad de venezolanos en el país.		Lleno de empatía y con ganas de ayudar, dado a que he tenido oportunidad de conectar con muchos venezolanos que tuvieron que salir de Venezuela en busca de un mejor futuro	Interesante	Mas informada
Bien		Mucho menos alejado de esta realidad. Incluso culpable o arrepentido por las veces que decidí tomar una postura de indiferencia frente al tema.	Me gustó mucho la manera en que mostraron estas historias de los migrantes (videos o audios) fue muy interesante e informativo	Informado
Entretenido		Me gusta el mensaje de tolerancia a los extranjeros que comparten	Impactado por la situación que viven los venezolanos	Me permite ver la realidad de la vida de ellos


Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
Contento de ver espacios donde se visibilice la realidad de venezolanos en el país.		Con empatía al ver la verdadera situación de los migrantes	Asombrada puesto que no conocía sobre el tema	Aprendo más de la realidad que viven las personas
Muy bien		Cómo venezolana, puedo decir que la vereda es un espacio donde nos permiten contar la otra realidad de la moneda en esta migración. consciente de la realidad que tengo tan cercana y no conozco en su totalidad	Me causa impresión ver la realidad de los venezolanos en nuestro país	Bien es muy informativo
Me encanta			Impactado	Excelente canal informativo. Sigam trabajando para mejorar bendiciones y éxitos 🤝
Bien		Siento que hay mucho más que podemos hacer por estas personas.	Me causa impresión ver la realidad de los venezolanos en nuestro país	muy buen informado
Feliz de que haya proyectos con este tipo de contenido		Empática y nostálgica	Abre los ojos a lo que está pasando la comunidad de migrantes en nuestro país, motiva a hacer un cambio	información valiosa
Siento felicidad de ver la motivación por informar sobre realidades humanas que en los filtros comunes de información son ignoradas.		Empática y nostálgica		Porqué estoy informado.

Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
Genial 10/10		Conectada con las personas a través de la pantalla		Tengo más información, me siento más empaticx
Me gustó mucho la manera en que mostraron estas historias de los migrantes (videos o audios) fue muy interesante e informativo		Se llega a ver la realidad de otras personas. Lo pone a uno a reflexionar lo bendecido/afortunado que es.		Que me están contando una realidad que era muy desconocida para todos y que es necesario que muchos más sepan de la cuenta
		Conmovida		Siento que estoy leyendo información verídica, importante y útil
		Transmite mucho sentimiento y buenas emociones. Contenido interesante. Buenos datos		Siento que es una plataforma para conocer las realidades que viven muchas personas en Ecuador, pero su voz es silenciada o rechazada.
		A pesar de que muestra imágenes de personas vulnerables no las presenta cómo parias de la sociedad Me permite ver la realidad de la vida de ellos		Motivada a conocer más de las realidades de estas personas.
		Conmovido		Informado
		Aprendo más de la realidad que viven las personas		
		Conmovida por la realidad de muchas personas.		
		Me gusta el mensaje de tolerancia a los extranjeros que comparten		

Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
		<p>Descubriendo la realidad que se vive en muchas zonas de nuestro país, y a ser empáticos con aquellos que se ven más vulnerables en las calles</p> <p>Con empatía al ver la verdadera situación de los migrantes</p> <p>Un poco más consciente de la situación que afrontan las familias venezolanas en Ecuador, lo que no debe ser diferente a lo que ocurre en Colombia.</p>		
		Susceptible con los mensaje		
		Emotiva		
		<p>Abre los ojos a lo que está pasando la comunidad de migrantes en nuestro país, motiva a hacer un cambio</p>		
		<p>Empatizo con las historias y siento que aprendo de una forma entretenida</p>		
		<p>Siento mayor empatía con la gente, no solo venezolanos sino también gente de escasos recursos que pasan por situaciones difíciles</p>		
		<p>Tengo más información, me siento más empaticx</p> <p>Ayuda a los migrantes.</p>		



Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
		<p>Que me están contando una realidad que era muy desconocida para todos y que es necesario que muchos más sepan de la cuenta</p> <p>Siento que puedo ver una realidad que no es mostrada en otras partes desde una visión distinta</p> <p>Siento que es una plataforma para conocer las realidades que viven muchas personas en Ecuador, pero su voz es silenciada o rechazada.</p> <p>Conmovida por la realidad de muchas personas.</p> <p>Conmovida</p> <p>Algunos de los posts son testimonios de personas que han tenido buenas experiencias en la ciudad y me motiva a que, si la situación se presenta, yo puedo también dar apoyo a quien necesite porque sabemos que lo que ellos pasan nosotros nunca nos ha pasado, entonces despertar esa empatía es muy importante</p>		

Emociones positivas	Indiferencia	Empatía	Sorpresa	Percepción de estar informado
		<p>Me he sentido angustiada por lo transmitido sobre la realidad de las personas migrantes venezolanas, pero a la vez con esperanzas ya que también se muestra cómo resisten a la discriminación y xenofobia de Ecuador</p>		
				
		<p>Sentimiento de culpa y tristeza Triste por la realidad que viven los extranjeros, en este caso los venezolanos, en mi país, pero aun así el contenido es interesante porque conozco más de cerca la vida de estas personas</p>		
		<p>Mucho menos alejado de esta realidad. Incluso culpable o arrepentido por las veces que decidí tomar una postura de indiferencia frente al tema.</p>		
		<p>Empatía e impotencia</p>		
		<p>Me da pena y tristeza, saber que existe una comunidad muy grande de venezolanos dentro de Ecuador y que no tengan ni los derechos más básicos como la educación Informada y de una manera muy emocional</p>		

## Anexo 25: Encuesta de Satisfacción

### Encuesta de satisfacción

Esta encuesta tiene como objetivo conocer su nivel de satisfacción en relación a los talleres virtuales ofrecidos por el proyecto La Vereda, para la creación y difusión de contenido y narrativas de historia de vida. Los datos ofrecidos aquí serán confidenciales y serán usados únicamente con fines académicos. Las preguntas son cortas, breves y fáciles de responder. El material (diapositivas, videos y las clases) de las temáticas abordadas en los talleres serán enviadas al correo aquí proporcionado. Gracias por su colaboración. **\*Obligatorio**

1. Nombres y apellidos \*

---

2. Dirección de correo electrónico \*

---

3. ¿Qué tan fácil fue entender el lenguaje o términos que usaba el capacitador? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Fácil
- Normal
- Difícil

4. ¿Considera que los talleres le proporcionaron una buena cantidad de aprendizajes? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

5. En su opinión, ¿fue flexible el horario del programa? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

6. ¿A cuáles talleres asistió? Si asistió a todos, elija la última opción. \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Redacción de contenidos y storytelling
- Cómo hablar ante la cámara y tips para manejo de cámara
- Difusión de contenido digital
- A todos los anteriores

7. En caso de haber faltado a algún taller, ¿por qué motivo fue? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Falta de tiempo
- No me interesaba
- Problemas con el internet o con mi dispositivo (laptop, tablet, smartphone)
- Otras responsabilidades
- Asistí a todos los talleres

8. ¿Cómo calificaría su satisfacción al completar el programa? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Mala
- Normal
- Buena
- Muy buena

9. ¿Estaría interesado en inscribirse en otros talleres con nosotros? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

10. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario que nos ayude a mejorar el programa?

---

---

---

---

---

---

---

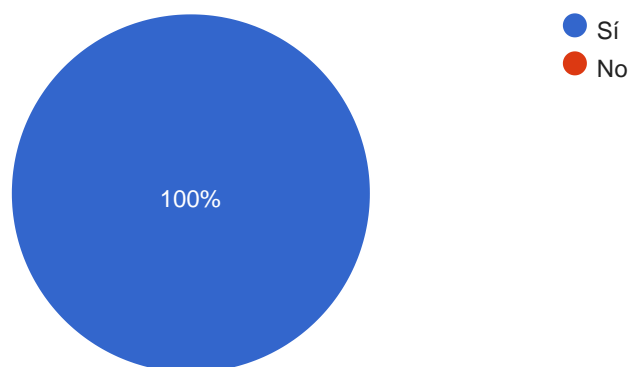
Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

## Anexo 26: Resultados de Encuesta de Satisfacción

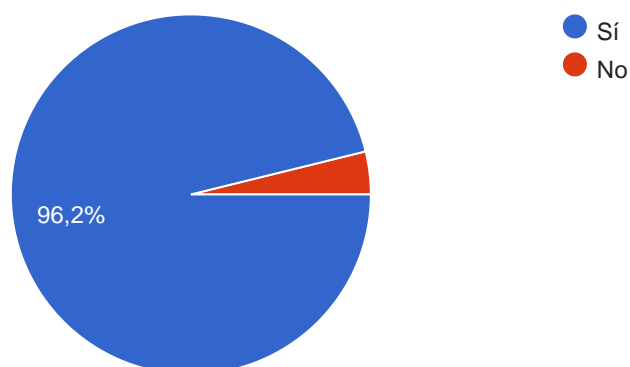
¿Considera que los talleres le proporcionaron una buena cantidad de aprendizajes?

26 respuestas



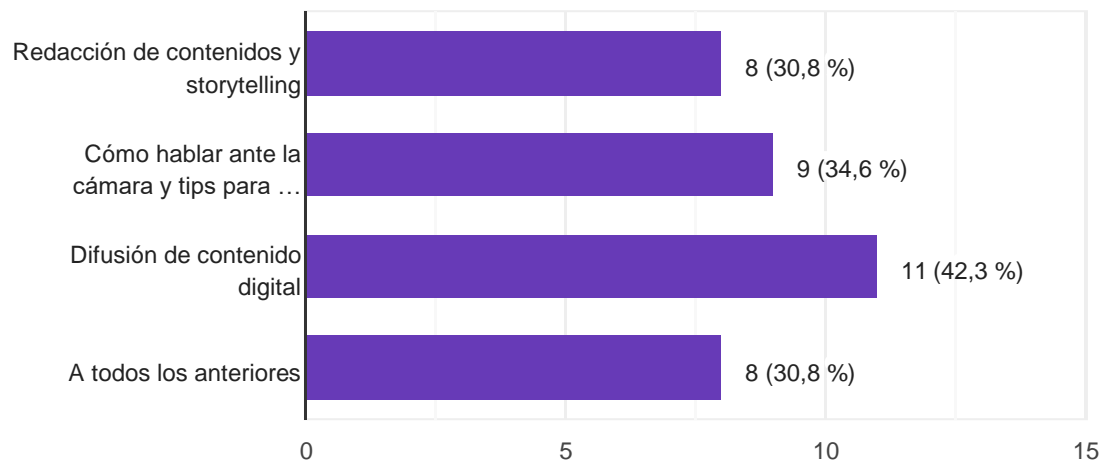
En su opinión, ¿fue flexible el horario del programa?

26 respuestas



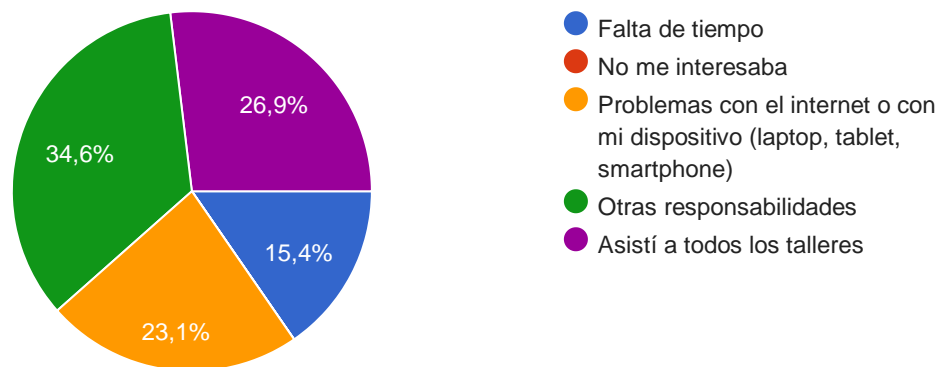
¿A cuáles talleres asistió? Si asistió a todos, elija la última opción.

26 respuestas



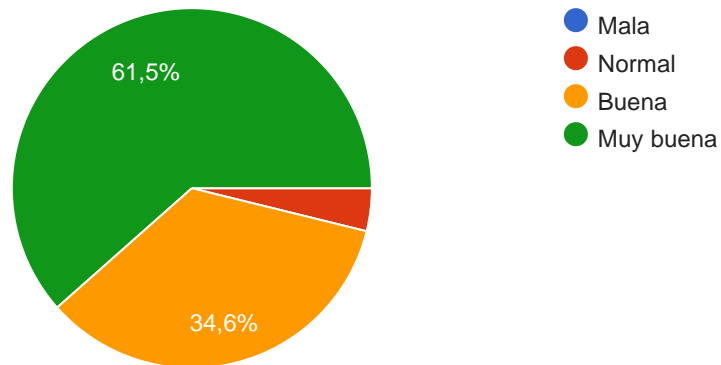
En caso de haber faltado a algún taller, ¿por qué motivo fue?

26 respuestas



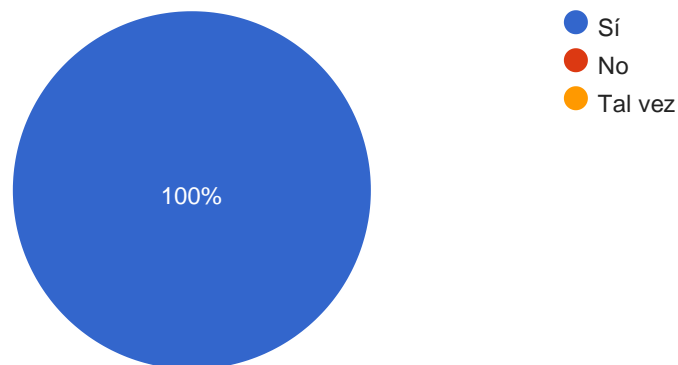
¿Cómo calificaría su satisfacción al completar el programa?

26 respuestas



¿Estaría interesado en inscribirse en otros talleres con nosotros?

26 respuestas



¿Tiene alguna sugerencia o comentario que nos ayude a mejorar el programa?

13 respuestas

Poder dejar grabadas las videoconferencia para quien los que no pudimos asistir podamos acceder a ellas

Si podrán Dar los otros talleres que no pude escuchar

Ninguna. Todo excelente.

Sí, cada capacitación estuvo interesante, en mí casó quede con interés en conocer más sobre los temas: cómo hablar frente a la cámara y difusión de contenido. Tomando en cuenta que es tan extenso esto de redes sociales y estoy abierta a cualquier otro contenido.

No ninguna



Son muy bueno solo quisiera recibir por correo la I formación dada

No por ahora

Todo muy bien

Todo muy bien. Excelente

Colocar varios horarios para los talleres

Están haciendo excelente trabajo. Felicitaciones

El contenido del taller medios de difusión fue muy denso para tan poco tiempo, en mi opinión debe ser más simple, menos diapositivas, así el expositor podría hablar más pausado y se podría fijar más información en el participante que la recibe por primera vez.

que dure menos de dos horas

## **Anexo 27: Resultados de Evaluación Práctica de Participantes de los Talleres**

### **Evaluación Práctica de Taller de La Vereda**

#### **Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida**

##### **Participante 1**

##### **Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 8.5**

##### **Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 2 – historia y sentido lógico no se cumplió en su totalidad debido que no es conciso el relato.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 2****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 3**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Total: 9**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. Sin embargo, el criterio 3 – producción y postproducción se vieron afectados por la falta de coordinación en las imágenes adjuntadas en el video.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 3****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 7**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 1 – propuesta y criterio 2 – historia y sentido lógico no cumplen en su totalidad lo esperado ya que no sigue un orden narrativo.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda**

**Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida**

**Participante 4**

**Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 10**

**Observaciones**

El contenido cumple completamente con los criterios de la rúbrica de evaluación debido que tiene un orden narrativo correcto y conciso.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 5****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 10**

**Observaciones**

El contenido cumple completamente con los criterios de la rúbrica de evaluación debido que tiene un orden narrativo correcto y conciso.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 6****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 10**

**Observaciones**

El contenido cumple completamente con los criterios de la rúbrica de evaluación debido que tiene un orden narrativo correcto y conciso.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 7****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 10**

**Observaciones**

El contenido cumple completamente con los criterios de la rúbrica de evaluación debido que tiene un orden narrativo correcto y conciso.



**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 8****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 8.5**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 2- historia y sentido lógico no logra ser conciso.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 9****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 2**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 9**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 2 – historia y sentido lógico no se cumplió en su totalidad debido que no es conciso el relato.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 10****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 3**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Total: 9**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 3 – producción y postproducción se vieron afectados debido que el volumen del video no es el idóneo.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda**

**Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida**

**Participante 11**

**Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 3**

*Demuestra conocimiento.* Parcial

**Total: 9**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda**

**Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida**

**Participante 12**

**Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 10**

**Observaciones**

El contenido cumple completamente con los criterios de la rúbrica de evaluación.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda**

**Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida**

**Participante 13**

**Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 3**

*Demuestra conocimiento.* Parcial

**Total: 9**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 14****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 8.5**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 2 – historia y sentido lógico no se cumplió en su totalidad debido que no es conciso el relato.

**Evaluación Práctica de Taller de La Vereda****Creación y Difusión de Contenido Digital y Narrativas de Historias de Vida****Participante 15****Calificación por criterio**

**Criterio 1 – Propuesta: 3**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Criterio 2 – Historia y sentido lógico: 1.5**

*Demuestra conocimiento.* Parcial.

**Criterio 3 – Producción y postproducción: 4**

*Demuestra conocimiento.* Adecuado.

**Total: 8.5**

**Observaciones**

El contenido cumple mayoritariamente con los criterios de la rúbrica de evaluación. El criterio 2 – historia y sentido lógico no se cumplió en su totalidad debido que no es conciso el relato.



## Anexo 28: Evaluación de Contenido de Entretenimiento en Sitio Web

### Monitoreo de la Calidad del Contenido Testimonial (Narrativo-vivencial) del Sitio Web

#### Segmento La Tiza

Sección de narrativas de vida entorno a procesos migratorios ilustradas.

#### *Historia 1 - Todos tenemos que levantar Ecuador.*

**Descripción.** El participante relata su experiencia testimonial respecto al proceso migratorio que inicia al salir de Venezuela con su hija. A través de su relato expone las dificultades que experimentan las venezolanas y venezolanos que emigran al país. La entrevistada reflexiona sobre la necesidad de aportar a la recuperación y reactivación económica del Ecuador dada la coyuntura actual de pandemia global por Covid-19.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido				X	
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** La calidad del audio se ve entorpecida por las condiciones de conexión dada la modalidad telepresencial con la que se realiza la entrevista. Así mismo, si bien la narrativa se encuentra alojada en la plataforma web del proyecto no se promueve su visibilización a través de redes sociales.

#### *Historia 2 – Una maleta llena de sueños.*

**Descripción.** Testimonio vivencial de una educadora infantil que relata el proceso de movilización y adaptación migratoria al contexto ecuatoriano. El testimonio permite apreciar el anhelo de emancipación económica asociada a la búsqueda de

estabilidad familiar. En este caso, la entrevistada reflexiona sobre esta motivación asociada al bienestar de su madre y padre.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El hilo narrativo del testimonio es ordenado y constante, no hay vacíos en el relato. La calidad del audio es adecuada, no varía en el desarrollo del contenido multimedia. Se promueve respectiva interacción con audiencia a través de la plataforma virtual oficial de La Vereda y también a través de la red social Instagram.

### *Historia 3 – Desde el Yo Diverso: Isla Margarita.*

**Descripción.** Testimonio vivencial anónimo que relata los obstáculos presentes en el proceso migratorio para los hombres homosexuales que se desplazan desde Venezuela al país. La reflexión gira entorno a cómo la orientación sexual puede atravesar la condición de movilidad.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El hilo narrativo se integra a las ilustraciones animadas. Esta animación de narrativa de vida se realiza en colaboración con Proyecto Zoom, proyecto de titulación profesional que aborda en su rol de observatorio de medios de comunicación las diversidades sexogénéricas. La colaboración permite que la

interacción por el contenido se realice vía tres espacios virtuales: la plataforma virtual e Instagram de La Vereda y el Instagram de Proyecto Zoom.

#### ***Historia 4- Desde el Yo diverso***

**Descripción.** Testimonio vivencial que relata los obstáculos de carácter administrativo implicados en el proceso de movilización. De la misma forma, posterior a estas descripciones se reflexiona en cómo la orientación sexual incide en el proceso de adaptación en el país de acogida, en este caso Ecuador.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido				X	
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** Contenido realizado en colaboración con Proyecto Zoom, promueve dinamismo de interacción. Las ilustraciones dan vida al relato testimonial, sin embargo, la calidad del audio es baja dadas las condiciones de conexión de la entrevista, realizada tele presencialmente vía WhatsApp.

### Segmento La banqueta

Relatos testimoniales a través de entrevistas grabadas que pretenden visibilizar las realidades de venezolanas y venezolanos migrantes, los motivos de su movilización, las condiciones de esta, y su proceso de adaptación al contexto ecuatoriano.

#### *Historia 1-La Venezuela de \*\*\*\*\**

**Descripción.** Relato testimonial sobre la sensación de desarraigo, la reflexión gira entorno a los recuerdos tangibles del lugar que han cambiado dadas las condiciones contextuales de su país.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de excelente calidad, la calidad del lenguaje y el poder narrativo se expresa en las descripciones visuales realizadas sobre el entorno. Del mismo modo se promueve el dinamismo de las interacciones a través de la red social y de la plataforma virtual.

#### *Historia 2-Enamorada de Guayaquil*

**Descripción.** Relato testimonial de una profesora y emprendedora venezolana que narra su experiencia adaptándose al contexto local. La reflexión se genera entorno a los obstáculos experimentados a nivel laboral.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** La calidad del contenido audiovisual es buena. El hilo narrativo es consecuente, no se identifican vacíos en el relato. No obstante, se promueve la interacción únicamente a través de la plataforma virtual.

### *Historia 3-Un actor venezolano en Ecuador*

**Descripción.** Relato testimonial actor venezolano radicado en Ecuador, respecto al proceso migratorio forzado producto de la crisis humanitaria que padece Venezuela. La reflexión gira entorno a las vulnerabilidades que se presentan en la condición de movilidad forzada.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de buena calidad, el hilo narrativo se desarrolla de manera coherente y se promueve dinamismo de interacciones tanto en la plataforma virtual como en la red social Instagram.

### *Historia 4- Quiero aportar para tener una sociedad más justa*

**Descripción.** Relato testimonial de una migrante venezolana radicada en el país producto de una beca obtenida a través de un programa de investigación. Las

reflexiones se generan en cómo el conocimiento obtenido en instituciones, no solo ecuatorianas o venezolanas, sino también españolas e inglesas han aportado una visión sobre el conocimiento que permite concebir y trabajar por sociedades más justas. Esta percepción de justicia se relaciona también al proceso migratorio producto de la crisis humanitaria.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de buena calidad, el hilo narrativo se desarrolla de manera consistente.

#### *Historia 5-Aunque los metropolitanos me impidan trabajar, yo hoy tengo paz*

**Descripción.** Relato testimonial de una abogada venezolana radicada en Ecuador producto de la crisis migratoria que experimenta su país. Sus reflexiones se desarrollan en base a las dificultades de obtener y formalizar ingresos económicos en el país.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de buena calidad, el hilo narrativo es coherente; sin embargo, la interacción no se promueve a través de las redes sociales del proyecto, únicamente se encuentra alojado en la plataforma audiovisual.

### Segmento La Calle

Propuestas de tutoriales prácticos accesibles y orientados a personas en condición de movilidad.

#### *Tutorial 1- Pulsera Macramé*

**Descripción.** Se realiza un tutorial de pulsera Macramé con el objetivo de brindar conocimiento a población migrante en posibles emprendimientos.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido				X	
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** El contenido visual se encuentra condicionado por los recursos de grabación que posee la colaboradora, lo que dificulta la apreciación del procedimiento. El audio es de buena calidad y el lenguaje utilizado es sencillo, lo que facilita su comprensión.

### Segmento El Poste

#### **Descripción del segmento**

Socialización de conocimientos/procedimientos prácticos asociados a emprendimientos, con el objetivo de promover actividades laborales que representen beneficios económicos a población migrante.

#### *Emprendimiento 1- ¿Cómo emprender en la bisutería?*

**Descripción.** Una ciudadana ecuatoriana y creadora de su propia marca comparte su proceso de emprendimiento -con sus aprendizajes técnicos- para motivar a personas en condición de movilidad a adquirir nuevas habilidades que representen ingresos económicos.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de buena calidad, el uso de lenguaje es sencillo y se integra modalidad de *storytelling* para integrar los procedimientos de la experiencia de trabajo. No obstante, el vídeo no se comparte en redes sociales, la interacción se encuentra condicionada por el flujo de visitas de la página web.

### ***Emprendimiento 2-Migrar también es emprender***

**Descripción.** Una emprendedora venezolana comparte los conocimientos adquiridos en la creación y desarrollo de su negocio, la venta de helados.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** El lenguaje utilizado es sencillo, no obstante, no se brinda información precisa sobre el procedimiento en la creación del emprendimiento. El contenido audiovisual es de buena calidad. Así mismo, se integra el relato de la movilidad forzada, hecho que puede fomentar la empatía con el grupo objetivo. La interacción se encuentra limitada a la plataforma web.



## **Anexo 29: Evaluación de Contenido de Entretenimiento en Redes Sociales**

### **Monitoreo de la Calidad del Contenido testimonial (Narrativo-vivencial) en redes sociales**

#### **Cápsulas narrativas con material fotográfico**

##### ***Cápsula 1- “Tenemos la misma sangre y todos somos humanos”***

**Descripción.** Un vendedor ambulante de nacionalidad ecuatoriana invita a las personas a dejar a un lado sus prejuicios, anteponiendo a estos la solidaridad como bandera.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

##### ***Cápsula 2- “Lo que más quiero es ver a mi mamá”***

**Descripción.** Testimonio vivencial de mujer venezolana respecto a las condiciones laborales en las que se encuentra en Ecuador y el nexos que esto tiene con la búsqueda de estabilidad familiar.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

### Cápsula 3- “¿Dónde están las autoridades?”

**Descripción.** Testimonio vivencial de una estilista colombiana que detalla las duras condiciones laborales que ha propiciado la pandemia, específicamente para aquellas actividades económicas informales.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

### Cápsula 4- *En Venezuela manejaba una empresa, pero la situación no da*

**Descripción.** Testimonio vivencial de hombre venezolano sobre las duras condiciones de empleo que experimenta debido a su condición de movilidad. Específica

que realiza intentos inicialmente en Colombia; sin embargo, las consecuencias del conflicto armado lo obligan a movilizarse hacia Ecuador.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

#### ***Cápsula 5 - Esta manera de vivir no es vida***

**Descripción.** Testimonio vivencial de una enfermera venezolana que se encuentra en condición de movilidad con tres de sus hijas. Relata las complicaciones que ha experimentado debido a actitudes de rechazo y xenofobia.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

**Cápsula 6 – Julia**

**Descripción.** Julia (nombre ficticio) narra su testimonio como madre en condición de movilidad con una hija menor que tiene Síndrome de Down. Relata cómo contactar con organizaciones que provean un espacio seguro para su hija mientras realiza sus actividades laborales ha sido muy difícil.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueven interacciones únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

**Cápsula 7 – Música venezolano**

**Descripción.** Testimonio vivencial sobre las duras condiciones de adaptación laboral en la carrera musical debido a condición de movilidad.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueven interacciones únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda

### Cápsulas narrativa con material audiovisual

#### *Cápsula 1- Migrar en Tiempos de COVID-19*

**Descripción.** Testimonio vivencial sobre las difíciles condiciones fronterizas que suponen una amenaza a los derechos humanos fundamentales de la población migrante.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueve interacción únicamente en la cuenta de Instagram de La Vereda.

#### *Cápsula 2 – ¿Qué traerías de vuelta, de Venezuela, a Ecuador?*

**Descripción.** Un actor venezolano relata sus sentimientos de anhelo hacia su país de origen, enfatiza especialmente en la separación de su familia.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X

**Observaciones.** La difusión del contenido vivencial del entrevistado se realiza tanto en la página web como en la cuenta de Instagram del Proyecto.

### ***Cápsula 3- ¿Ya probaste el encebollado?***

**Descripción.** Profesora venezolana comparte una anécdota relacionada a la gastronomía local, misma que proyecta parte de su proceso de adaptación al contexto.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** La entrevistada ha compartido testimonios vivenciales tanto en la plataforma web como en la cuenta de Instagram.

### ***Cápsula 4-Modismos o palabras guayacas que no te cuadran***

**Descripción.** Migrante venezolano relata su proceso de adaptación a la jerga local, describe aquellas palabras que le son más sencillas de integrar a su vocabulario y aquellas que no.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueven interacciones únicamente a través de la cuenta de Instagram de La vereda

### ***Cápsula 5- Personas lindas***

**Descripción.** Música venezolana relata las dificultades experimentadas para acceder a una vivienda digna debido a las condiciones laborales que experimenta producto de la condición de movilidad.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Se promueven interacciones únicamente a través de la cuenta de Instagram de La Vereda.

### ***Cápsula 6- Vino por motivos inesperados***

**Descripción.** Fotógrafo venezolano relata su proceso migratorio debido y su relación con la convulsión política experimentada en su país.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** El entrevistado ha compartido testimonios vivenciales tanto en la plataforma web como en la cuenta de Instagram.

### ***Cápsula 7- Pareja ecuatoriana-venezolana***

**Descripción.** Una pareja conformada por dos mujeres de nacionalidades venezolana y ecuatoriana brindan consejos para personas en condición de movilidad que consideran Ecuador como su país de destino.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción				X	

**Observaciones.** Las interacciones se promueven únicamente a través de la cuenta de Instagram de La Vereda.



## Anexo 30: Evaluación de Contenido Informativo en el Sitio Web

### Monitoreo de la Calidad del Contenido Informativo en Sitio Web

#### *Segmento La Ventana*

**Descripción del segmento.** Sección de información, investigación y datos sobre la movilidad humana y la situación de la comunidad venezolana en Ecuador.

#### **Cápsulas informativas con material audiovisual**

#### **Reportaje 1 – Extorsión y trabajo sexual venezolano.**

**Descripción.** Reportaje que indaga sobre la realidad que viven las mujeres en el entorno laboral del trabajo sexual, las afectaciones que estas sufren debido al contexto de la pandemia ocasionada por el COVID-19 y que expone las diferencias de condiciones entre las mujeres trabajadoras sexuales de la comunidad ecuatoriana con las de la comunidad venezolana, haciendo énfasis en la desprotección por parte del Estado y organizaciones sociales afines al tema debido a la xenofobia y pensamiento patriarcal.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de excelente calidad, la calidad del lenguaje y el poder narrativo se expresa en los testimonios recogidos. Del mismo modo, recoge información de diferentes fuentes como medios de comunicación e informes de organizaciones, y se hace un llamado a la acción respecto a la discriminación de las

mujeres y las mujeres en condición de movilidad humana, demostrándose como esto afecta su integridad.

### **Reportaje 2 – Visa humanitaria en Ecuador.**

**Descripción.** Reportaje que indaga sobre la realidad del proceso de obtención de la visa humanitaria en Ecuador, sus dificultades burocrática, y los efectos de su implementación en la comunidad venezolana que se encuentra indocumentada y sin posibilidades de continuar el proceso, ya sea antes o durante el contexto de la pandemia ocasionada por el COVID-19.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El contenido audiovisual es de excelente calidad, así como la calidad del lenguaje y el poder narrativo se expresa en las declaraciones de la entrevista realizada. Del mismo modo, recoge información de diferentes fuentes como medios de comunicación e informes de organizaciones, y se hace un llamado a la reflexión sobre esta temática y exhorta a la toma de mejores decisiones en relación con las medidas para hacer frente a la situación de la comunidad venezolana en condición de movilidad humana.

## Cápsulas informativas con material de audio

### Podcast 1 – Movilidad humana y animales de compañía

**Descripción.** Conversación de aborda la importancia de los animales de compañía en el proceso de resiliencia y adaptación de personas en condición de movilidad humana. Cuenta con la participación de representantes de organizaciones que trabajan con personas en condición de movilidad humana y con animales de compañía. Se aborda la temática desde el ámbito psicosocial con profesionales y la experiencia personal de personas migrantes con animales de compañía.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El podcast es de excelente calidad y hace buen uso del lenguaje y el poder narrativo, ya que recogen testimonios de personas en condición de movilidad humana y profesionales, los mismos que aportan también con información relevante respecto a la temática. El podcast hace un llamado a la acción, motivando a que las personas en condición de movilidad humana se involucren en el rescate de animales de compañía, así como a la convivencia responsable con estos, haciendo énfasis en sus beneficios psicosociales.

## Anexo 31: Evaluación de Contenido Informativo en Redes Sociales

### Monitoreo de la Calidad del Contenido Informativo en Redes Sociales

#### Cápsulas informativas con material visual

#### Dato 1 – *Lxs migrantes no han venido a tomar nuestros empleos.*

**Descripción.** Dato obtenido del estudio Retos y Oportunidades de la Migración Venezolana en Ecuador del Banco Mundial, que expone que la llegada de personas venezolanas en edad de trabajo al país no ha tenido una incidencia significativa sobre el mercado laboral nacional. El objetivo de este es contra argumentar, con fundamentos, estereotipos y concepciones sin sustento respecto a la competencia laboral con la que se asocia a la comunidad venezolana.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo			X		
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos excepto uno: el manejo del lenguaje inclusivo. Este criterio se cumple en la descripción de la publicación, pero no en la imagen. Ello se debe a que al momento de crearse y publicarse la imagen el medio no contaba todavía con el Manual de Estilo y la descripción de la publicación fue modificada luego a los nuevos estándares creados. A pesar de ello, se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario reflexionar y a empatizar con la comunidad venezolana.

**Dato 2 – Más de un millón de ecuatorianxs y más de 60,000 venezolanxs no recibieron una paga justa.**

**Descripción.** Dato obtenido del estudio Retos y Oportunidades de la Migración Venezolana en Ecuador, del Banco Mundial, que expone la explotación laboral que afecta a personas ecuatorianas y venezolanas, demostrando que estas falencias sistemáticas que ya existían afectan en mayor medida a la población en condición de movilidad humana que se encuentra de manera irregular en Ecuador. El objetivo de esta publicación era empatizar con la comunidad receptora, demostrando que existen problemas que afectan a ambos grupos de la misma manera.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo			X		
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos excepto uno: el manejo del lenguaje inclusivo. Este criterio se cumple en la descripción de la publicación, pero no en la imagen. Ello se debe a que al momento de crearse y publicarse la imagen el medio no contaba todavía con el Manual de Estilo y la descripción de la publicación fue modificada luego a los nuevos estándares creados. A pesar de ello, se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a no fomentar la explotación laboral y denunciarla.

**Dato 3 – Vivir de las veredas no es sinónimo de ignorancia**

**Descripción.** Dato obtenido del estudio Retos y Oportunidades de la Migración Venezolana en Ecuador, del Banco Mundial, que expone el nivel de estudios y preparación profesional que tiene la comunidad venezolana en Ecuador. El objetivo de esta publicación es demostrar que la población venezolana en condición de movilidad humana tiene potencial para aportar en el crecimiento económico y bienestar general del país.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos por el proyecto. Se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a empatizar con la comunidad venezolana y su realidad.

**Dato 4 – Sus sueldos no son solo para ellos.**

**Descripción.** Dato obtenido del estudio Retos y Oportunidades de la Migración Venezolana en Ecuador, del Banco Mundial, que expone la explotación laboral que afecta a personas venezolanas, ya que trabajan más horas por menos sueldo, en comparación a la población ecuatoriana. El objetivo de esta publicación era empatizar con la comunidad receptora, dando a conocer la injusta realidad del sistema laboral y resaltando que estos sueldos también son para usar en remesas a Venezuela.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo			X		
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos excepto uno: el manejo del lenguaje inclusivo. Este criterio se cumple en la descripción de la publicación, pero no en la imagen. Ello se debe a que al momento de crearse y publicarse la imagen el medio no contaba todavía con el Manual de Estilo y la descripción de la publicación fue modificada luego a los nuevos estándares creados. A pesar de ello, se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a no fomentar la explotación laboral y motivar a que la comunidad receptora no saque provecho de la realidad de las personas en condición de movilidad humana.

**Dato 5 – La educación es un privilegio en el país.**

**Descripción.** Dato obtenido de un informe del Ministerio de Educación de Ecuador que expone la deficiencia del sistema que afecta niños, niñas y adolescentes que deben quedarse fuera de este, haciendo énfasis en cómo ello también afecta a la población venezolana. El objetivo de esta publicación es demostrar que existen falencias en el sistema educativo y que esto afecta tanto a la comunidad receptora como a la comunidad venezolana.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos por el proyecto. Se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a que reflexione sobre los problemas sociales que aquejan al país, haciendo énfasis en que la recepción de personas venezolanas no es problema, sino que esta permite vislumbrar de mejor manera dichas falencias.

**Dato 6 – *La inequidad sistemática se acentúa mientras más vulnerable sea el grupo afectado.***

**Descripción.** Dato obtenido del estudio Retos y Oportunidades de la Migración Venezolana en Ecuador, del Banco Mundial, que expone la diferencia salarial entre hombres y mujeres en el Ecuador, haciendo énfasis en la diferencia de los salarios de mujeres ecuatorianas con mujeres de la comunidad receptora. El objetivo de esta publicación es demostrar que existe un problema común que afecta a mujeres, ya sean de la comunidad venezolana o receptora, y que estos afectan de manera más grave a mujeres en condición de movilidad humana.



<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** El dato presentado cumple con todos los criterios establecidos por el proyecto. Se presenta y se cita la fuente del dato, se cumple con la calidad del formato y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a que empatice con la realidad de las mujeres en condición de movilidad humana, haciendo énfasis a que estas se ven mucho más vulneradas en comparación a las mujeres ecuatorianas.

**Carrusel de imágenes 1 – Bicentenario de independencia de Guayaquil: una ciudad de migrantes.**

**Descripción.** Investigación que recoge y muestra una recopilación de datos históricos relacionados con el nacimiento, desarrollo y actualidad de Guayaquil durante los últimos 200 años. Se expone la manera en cómo la ciudad se ha visto influenciada a lo largo del tiempo por la recepción y emisión de migrantes, con el objetivo de mostrar la movilidad humana como un proceso positivo y beneficioso, y cuyos efectos están presentes hasta la actualidad.

<b>Criterio / Escala</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** Los datos presentados cumplen con todos los criterios establecidos por el proyecto. Se presentan y se citan las fuentes investigadas, se cumple con la calidad del formato y línea gráfica, y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a que reconozca a las personas en condición de movilidad humana como parte de su entorno de forma positiva y como actores dentro del desarrollo económico, social, cultural y político de Guayaquil.

### **Carrusel de imágenes 2 – ¿Movilidad humana = Inseguridad?**

**Descripción.** Investigación que recoge y muestra una recopilación de datos relacionados con la seguridad ciudadana, que permite desmentir y combatir la percepción de inseguridad y criminalidad con la que se asocia a la comunidad venezolana en Ecuador. A través de cifras y datos empíricos se demuestra que no existe una correlación entre movilidad humana e inseguridad, así como se toma parte del discurso de autoridades para combatir el enfoque erróneo que infunde prejuicios en la sociedad sobre la comunidad venezolana. Además, se expone el índice de participación de personas venezolanas en muertes violentas, demostrando que este es bajo y que el aumento de esta tasa en los últimos años es causado por la propia población ecuatoriana.

Y, por último, se pone en evidencia problemas reales que indiquen sobre la inseguridad, haciendo un llamado a combatir la violencia de género, debido a que es una de las causas principales de muertes violentas en el país.

Criterio / Escala	1	2	3	4	5
Línea Gráfica					X
Calidad del lenguaje y narrativa					X
Calidad del formato del contenido					X
Manejo del lenguaje inclusivo					X
Invitación a la acción e interacción					X
Calidad de la fuente					X
Cita de la fuente					X

**Observaciones.** Los datos presentados cumplen con todos los criterios establecidos por el proyecto. Se presentan y se citan las fuentes investigadas, se cumple con la calidad del formato y línea gráfica, y se hace un llamado a la acción, invitando al usuario a que no asocie la movilidad humana como una causa de inseguridad, y que más bien pueda visibilizar problemas reales como la violencia de género, la cual, si está ligada con el aumento de muertes violentas en el país, motivando a que reflexione sobre la forma en la que percibe la violencia y la inseguridad.