



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA PLANIFICACIÓN E INTEGRACIÓN DE UN EQUIPO BASE PARA EL MANEJO Y LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDO EN EL MEDIO DE COMUNICACIÓN, DIGITAL, COMUNITARIO E INTERCULTURAL LA VEREDA

Equipo interdisciplinario:

Estefhanie Denisse Andrade Supliguicha

Daleskha Paola Candel Sarmiento

Carlos Alberto Cedeño Nieto

Fernando Efraín Chalén Basantes

Daniela Lisette González Amaya

José Alfredo Martínez Mendoza

Guías del Proyecto

José Miguel Campi Portaluppi

Nahiara Silvana Morán del Pozo

GUAYAQUIL, ECUADOR

Diciembre 2021



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

SUBTÍTULO

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA DE
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL CURSO DE MANEJO DE
MEDIOS DIGITALES**

Para optar al grado de:

Licenciatura en Periodismo

Elaborado por:

FERNANDO EFRAÍN CHALÉN BASANTES

Guías del Proyecto

José Miguel Campi Portaluppi

Nahiara Silvana Morán del Pozo

GUAYAQUIL, ECUADOR

Diciembre 2021



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Fernando Efraín Chalén Basantes, autor del trabajo de titulación “Análisis e interpretación crítica de la experiencia de diseño e implementación del curso de manejo de medios digitales”, 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, reading 'F. Chalén B.' with a stylized flourish at the end.

Fernando Efraín Chalén Basantes

0920237104



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Fernando Efraín Chalén Basantes, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Análisis e interpretación crítica de la experiencia de diseño e implementación del curso de manejo de medios digitales”, 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, reading 'F. Chalén B.' with a large, stylized flourish.

Fernando Efraín Chalén Basantes

0920237104

Declaratoria

En un esfuerzo por visibilizar la complejidad y diversidad, comprendiendo que el lenguaje condiciona actitudes y prácticas, el equipo interdisciplinario de La Vereda 2021 ha acordado redactar el presente documento de sistematización utilizando lenguaje inclusivo¹ y no binarix.

La Vereda al ser un medio comunitario, digital e intercultural busca promover la sensibilidad intercultural y la integración. Debido a esto, a partir de las bases teóricas, las asesorías con expertos y las prácticas investigativas realizadas se ha decidido utilizar los siguientes conceptos personas migradas² y personas en situación de movilidad humana³ de manera intercambiable y en reemplazo del término inmigrante⁴.

¹ Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo de género, 2018. Disponible en <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2018/11627.pdf>

² Sobre el concepto de personas migradas Delgado (2007) señala que las personas migradas, al contrario de lo que a menudo oímos decir, no se han de integrar ni a la sociedad ni a la cultura a la que llegan, sencillamente porque ya las integran.

³ La Organización Internacional para las Migraciones (2019) define la movilidad humana como “movimiento de la población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas, incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos”

⁴ Sobre el uso del concepto de inmigrante, el sociólogo Abdelmalek Sayad indica “inmigrante es un concepto que sólo se entiende si se le atribuye al Estado el poder de crear identidad, de atribuir pertenencias. Es un concepto administrativo que equivale a no tener Estado y sólo funciona para significar que alguien procede de otro lugar. Y todos procedemos de otros lugares. Sólo cuando el Estado piensa por nosotros, identificamos al otro como inmigrante” (1999)

Resumen

El presente documento de sistematización reconstruye la experiencia del equipo interdisciplinario que dirigió temporalmente el medio comunitario, digital e intercultural La Vereda. En él se evalúa de forma crítica el proceso de diseño e implementación de las actividades propuestas en esta edición con el objetivo de incrementar la sensibilidad de la comunidad receptora de Guayaquil hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano. En primer lugar, la conformación y fortalecimiento de capacidades de un equipo base para el manejo del medio de comunicación digital. En segundo lugar, el desarrollo de capacidades de la comunidad de personas migradas de origen venezolano residiendo en Guayaquil, a través de la capacitación en modalidad de aprendizaje en línea para la creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida. En tercer lugar, la creación de una plataforma interactiva en la cual se presentan casos de integración exitosa de la comunidad venezolana que se encuentra en Ecuador. Considerando dentro del análisis el impacto que la coyuntura post-pandemia ha significado para los consumos mediáticos y ambas comunidades.

Palabras clave: migración, medio comunitario, sensibilidad, intercultural, visibilizar, personas migradas, imaginarios

Consideraciones Éticas

Al trabajar con personas que se encuentran en vulnerabilidad y en un contexto de virtualización, es necesario establecer las consideraciones éticas para la investigación y para el desarrollo del proyecto. Se destaca que el objeto de estudio gira en torno a las condiciones sociales, políticas y culturales que hacen que las personas sean consideradas vulnerables. La vulnerabilidad no es una condición única y fija de las personas, considerarlas desde esta óptica resultaría estigmatizante (Luna, 2009). La presente investigación y el proyecto se centran en la capacidad de agencia de los sujetos participantes y se realiza con el fin de promover la autonomía y resiliencia en todos los procesos a desarrollar (Rogers, Makenzie y Dodds, 2012).

Considerando los principios éticos del informe Belmont (1979), los cuales son: respeto a las personas, de beneficencia y de justicia, se ha establecido que lxs participantes en las investigaciones sean seleccionados en forma justa y equitativa. Por esto, se mantendrá protegida la privacidad de lxs participantes de la investigación.

Al ser un medio de comunicación digital comunitario, la información que se obtiene posee un fin mediático. Por lo que antes de publicar el contenido, se solicitará el consentimiento necesario al participante. De la misma manera si el participante opta luego porque el contenido sea retirado, se procederá a quitarlo sin ningún problema. En adición a esto, se establece utilizar la terminología adecuada para tratar temas de género, movilidad humana, interculturalidad, etc.

Índice de contenido

Declaratoria : Uso de lenguaje inclusivo.....	4
Resumen	5
Consideraciones éticas	6
Índice de contenido	7
Índice de tablas	8
Índice de figuras e imágenes.....	9
Antecedentes y contexto de la experiencia	11
Hipótesis de mejora	25
Reconstrucción histórica de la experiencia.....	32
Análisis e interpretación crítica de la experiencia.....	49
Conclusiones y recomendaciones	120
Referencias bibliográficas.....	126
Anexos	137

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz Marco Lógico

Tabla 2. Actividades de la Matriz Marco Lógico

Evaluación individual - José Alfredo Martínez

Tabla 3. Base de datos de los integrantes del equipo base

Tabla 4. Manual de funciones

Tabla 5. Canales de comunicación interna

Evaluación individual – Daleskha Candel

Tabla 6. Valores mínimos de número de panelistas y VCR.

Tabla 7. Resultados de la aplicación del método de panel de evaluación

Tabla 8. Resultados de aplicación de test TAP aplicado a personas en situación de movilidad

Tabla 9. Resultados de aplicación de test TAP aplicado a integrante de la sociedad de acogida.

Evaluación individual – Denisse Andrade Supliguicha

Tabla 10. Historias recogidas en campo

Tabla 11. Indicadores de publicaciones de historias de vida

Tabla 12. Productos de participantes según categorías de contenido

Tabla 13. Sugerencias para mejorar el programa

Tabla 14. Motivación para formar parte del equipo del medio

Evaluación individual – Carlos Cedeño

Tabla 15. Datos de perfil de Facebook

Tabla 16. Datos de perfil de Instagram

Tabla 17. Publicaciones en Facebook

Tabla 18. Publicaciones en Instagram

Índice de figuras e imágenes

Figura 1. Categoría de interés

Evaluación individual - José Martínez

Figura 2. Manual de convivencia elaborado en Jamboard

Evaluación individual - Fernando Chalén

Imagen 1. Registro fotográfico de la capacitación sobre fundamentos de periodismo

Imagen 2. Registro fotográfico del módulo de planificación de proyectos

Imagen 3. Registro fotográfico del módulo de diseño gráfico.

Imagen 4. Registro fotográfico de lxs asistentes.

Imagen 5. Registro fotográfico del módulo de producción audiovisual.

Evaluación individual - Daleskha Candel

Figura 3. ¿Consideras que lograste los objetivos de las capacitaciones?

Figura 4. Considero que mis expectativas de aprendizaje fueron satisfechas con este curso

Figura 5. Comprendo cómo elaborar contenido periodístico con la línea editorial del medio.

Figura 6. Entiendo los procesos que debo seguir para planificar un proyecto que me permita aplicar a fondos de distintas organizaciones de la sociedad civil.

Imagen 6. Registro fotográfico de la sesión de planificación del Día del Migrante

Evaluación individual - Daniela González

Figura 7. Post Categoría Derechos Humanos

Figura 8. Post Categoría Desmitificación

Figura 9. Post Categoría Historias de vida

Evaluación individual - Denisse Andrade

Figura 10. Categorías escogidas para creación de producto.

Figura 11. Ficha de planificación de contenido

Figura 12. Encuesta de satisfacción pregunta 4.

Figura 13. Encuesta de satisfacción pregunta 6.

Evaluación individual – Carlos Cedeño

Figura 14. Pautas en redes sociales

Antecedentes y Contexto de la Experiencia

Venezuela: una crisis humanitaria que se agudiza

A partir del mes de Abril del 2013, Nicolás Maduro se posicionó como presidente de la República Bolivariana de Venezuela, desde ese mismo año al 2019, Venezuela pasó de ser un estado de democracia limitada a un estado de régimen autoritario (Bull y Rosales, 2020). Durante la administración de Maduro, Venezuela cayó en la crisis más severa que haya estado algún país latinoamericano en la historia moderna, según Vera. También desde el 2013, año que ingresó el presidente Maduro, hasta el 2017, según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (Encovi), la población venezolana en pobreza extrema pasó de 23.6% a 61.2% y cerca de 80% de los hogares se encontraba en situación de pobreza para finales de 2016 (Vera, 2018).

La situación actual de Venezuela se encuentra en una crisis diversa tanto en factores sociales, económicos y humanitarios. De acuerdo con las estimaciones de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL,2020), “en 2019 la actividad económica de la República Bolivariana de Venezuela cayó por sexto año consecutivo y se contrajo un 28%”. Además, se menciona que existió una reducción del PIB en el sector petrolero. Todo este contexto de la economía venezolana fue dado a inicios de 2020, antes de la crisis generada por la presencia del COVID-19 y del endurecimiento de las sanciones impuestas por los Estados Unidos al sector público venezolano.

De acuerdo a la Ley Orgánica de Movilidad Humana, la movilidad humana se entiende como el movimiento migratorio que realiza una persona, o grupo humano para transitar o establecerse temporal o permanentemente en un Estado diferente al de su origen. El desplazamiento de los venezolanxs hacia diferentes países, son decisiones que se han visto

en la obligación de tomar debido a los factores políticos, sociales y económicos que atraviesa Venezuela. Debido a estas causas entre otros factores personales, han llevado a los ciudadanxs venezolanxs a emigrar a países vecinxs (Vargas, s.f.). De acuerdo a Vargas, Venezuela pasó de ser un país receptor durante el siglo XX a un emisor en estos últimos años.

Según la Plataforma de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela, existen 5.649.714 venezolanxs refugiados y migrantes en el mundo hasta julio del 2021. Estas cifras representan la suma de migrantes, refugiados y solicitantes de asilo venezolanxs reportados por los gobiernos anfitriones. (R4V, 2021). Aunque se tiene previsto que para los tres primeros meses del año 2022, esa cifra aumente a 7 millones, convirtiendo al éxodo venezolano en el número más grande de desplazados por el mundo (OEA, 2021).

Venezuela ha atravesado diferentes procesos migratorios a lo largo de su historia. En el siglo XX Venezuela fue receptor de personas migradas provenientes de Europa y de Latinoamérica. En el caso de la migración por parte de personas del continente europeo tiene que ver con que estos huían de conflictos bélicos como la Segunda Guerra Mundial sumado a otro tipo de factores sociales, económicos y políticos. En cuanto a la migración de personas latinoamericanas, uno de los principales grupos de inmigrantes fueron las personas colombianas quienes iban en búsqueda de una mejor calidad de vida tras la contracción económica interna derivada de la baja del café. Asimismo, personas provenientes de países como Chile, Uruguay, Argentina y Bolivia emigraban a Venezuela, debido a que huían de la dictadura que se daba en aquella época en esos países. Sin embargo, el panorama de estabilidad social y económica que se presentaba en Venezuela se mantuvo hasta el año 1983, ya que en ese año el país atravesó una crisis resultado de compromisos adquiridos durante la temporada de bonanza petrolera que dejó como resultado una gran deuda externa (Vargas, 2018).

Producto de la crisis humanitaria vivida por la población venezolana, según datos de la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR), y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en el año 2019 los refugiados y migrantes de Venezuela a inicio de ese año llegaron a ser 3,4 millones. Actualmente, de acuerdo a los datos levantados en noviembre del presente año, estiman que existen alrededor de 6 millones de personas refugiadas y migrantes de Venezuela en todo el mundo⁵. Con respecto a estas cifras, la región Latinoamericana, específicamente Colombia, Perú, Ecuador y Chile son los países con mayor recepción de personas migradas venezolanas desplazadas en condiciones inhumanas (Niño, Álvarez & Locatelli, 2020).

En Ecuador la migración es un fenómeno reciente, en la primera década del siglo XXI la migración venezolana hacia Ecuador no era de una cantidad significativa. Sin embargo, este panorama cambió en el 2013 cuando Nicolás Maduro fue electo presidente de Venezuela. En el año 2015 se observó una notoria presencia de migrantes venezolanxs en la República del Ecuador. Según (El Universo, 2020) al Ecuador han ingresado 1 '853.538 ciudadanxs venezolanxs y de manera permanente se han erradicado cerca de medio millón. Lo cual estos datos evidencian que la gran mayoría de este círculo de personas solo ven a este país como ruta para llegar a otros (Gaibor, 2021).

La pandemia del COVID-19 es uno de los desafíos más serios que ha enfrentado la humanidad en estos últimos tiempos. Ya que ha provocado la pérdida de vidas y una crisis significativa en el ámbito de la salud, además del colapso económico que impactará de manera severa el bienestar de grandes segmentos de la población durante los próximos años. Con respecto, al brote del COVID-19 en Venezuela este se desarrolló en medio de una crisis económica severa, porque el PIB se contrae de manera continua desde el 2014 y la

⁵ Información actualizada obtenida de <https://www.r4v.info/es/document/nota-explicativa-de-la-actualizacion-de-las-cifras-de-refugiados-y-migrantes-venezolanos-0>

producción petrolera también se reduce drásticamente, pasando de 3.26 millones de barriles diarios a menos de un millón diario en 2019 (Barráez & Chirinos-Leañez, 2020).

Conociendo la situación en la que se encuentra Venezuela, su proceso migratorio está directamente relacionado con factores del contexto. En ese sentido, la crisis económica-social que se vive en el país, la insatisfacción con las condiciones de vida, desempleo y trabajo informal han sido factores que impulsan a la migración de venezolanxs (Bermúdez, Mazuera, Albornoz & Morffe, 2018). De acuerdo con el Observatorio venezolano de la conflictividad social (2018), “la crisis humanitaria se agudiza en Venezuela y se expresa permanentemente en las calles; los ciudadanos están desesperados ante la imposibilidad de satisfacer sus necesidades básicas, principalmente alimentación y salud”. Lo que se interpreta como una violación a los derechos humanos por medio del irrespeto a la integridad personal, psíquica y moral.

Ecuador: un sistema político en transición

El Ecuador atraviesa una profunda crisis de orden económico, social y político agravada aún más por la influencia de la pandemia del COVID-19 (Tobar, 2021). Esta crisis aumentó los desequilibrios económicos que el país intentaba subsanar desde el fin del “boom petrolero” y forzó al gobierno a reestructurar la deuda con los tenedores de bonos. Además, la crisis puso en evidencia algunas debilidades estructurales como la carencia de amortiguadores macroeconómicos, la elevada informalidad, un sistema de salud poco preparado y las grandes brechas en el acceso a servicios públicos (Banco Mundial, 2021). Aún se necesita equilibrar las finanzas públicas para evitar un aumento insostenible de la deuda, a la vez que consolida la confianza en la estabilidad económica y la dolarización. En un contexto externo muy desafiante, el crecimiento y la creación de empleo de calidad

podrían verse favorecidos por una mejora sistemática del ambiente de inversiones (Banco Mundial, 2021).

El país requiere mejorar la eficiencia de sus políticas públicas para proteger a la población más vulnerable y mejorar el acceso a oportunidades económicas. En este sentido es crítico afrontar desafíos de larga data como los altos índices de desnutrición infantil, promover una mayor calidad de los servicios públicos de calidad y mejorar la eficiencia y progresividad del gasto en salud, educación y protección social. Para tal efecto, es fundamental basar la toma de decisiones en evidencia, y mejorar la gestión de los recursos públicos y la coordinación entre los diferentes niveles de gobierno y sectores.

Ecuador se encuentra en un proceso de transición política entre el gobierno saliente de Lenín Moreno y el apenas posicionado gobierno de Guillermo Lasso. En esta transición, el principal factor de análisis es cómo el gobierno pasado tuvo un deficiente manejo ante la crisis provocada por el COVID-19 y cómo éste afectó al sector económico y de salud, mientras tanto el recién posesionado gobierno, en su respectiva campaña, aseguró un compromiso en el sector de la salud, para poder vacunar a la mayor parte de la población, con el fin de reactivar la economía y traer mejoras de vida a la población.

Se han generado sentimientos de xenofobia, además de la dificultad para encontrar medios de vida y posibilidades de instalación para el mediano y largo plazo. Asimismo, desde los GTRM locales se reporta un incremento de personas refugiadas y migrantes en situación de calle en las principales ciudades del país y en zonas cercanas a las fronteras como Ibarra, Tulcán, Huaquillas y Machala, durante el mes (Reliefweb, 2021).

Se mantiene constante el ingreso por pasos informales en la frontera norte, con aproximadamente 1.000 ingresos diarios, según observaciones de GTRM que realizan el monitoreo de fronteras; y con alrededor de 400 retornos diarios hacia Colombia o Venezuela.

Necesidades de protección de la población migrante

Para 2021, la crisis humanitaria de Venezuela ha conllevado al desplazamiento forzado de 6 millones de personas de origen venezolano, de las cuales 4,9 millones se encuentran en la región de América Latina y el Caribe. Cabe resaltar que el covid-19 ha agudizado las desigualdades sociales presentes en la sociedad de acogida, lo cual ha exacerbado la violencia de género, la pobreza, explotación laboral y deserción escolar. Esto ha conllevado a que la xenofobia y aporofobia a las que están sujetas las personas migrantes y refugiadas venezolanas, sea agravada.

La discriminación y los problemas estructurales existentes en la sociedad de acogida, representan una gran limitante para el goce de derechos humanos fundamentales de la población migrante y refugiada venezolana como el acceso a vivienda digna y la amenaza de desalojos forzosos, empleo (engaño y explotación laboral), educación (deserción escolar de NNA ante amenazas), salud (negación de servicios públicos) y derecho a una vida libre de violencia (abuso sexual, exigencia de favores sexuales, trata y tráfico de personas).

En el último Monitoreo de Protección de ACNUR (2021) sobre la costa ecuatoriana se menciona que el porcentaje de personas migradas venezolanas con cédulas y pasaportes vencidos, así como de personas que no cuentan con ningún documento es ligeramente superior a la media nacional. En el mismo monitoreo, al ser consultados sobre si se habían sentido discriminadas, el 40% de las personas respondientes de la Costa señalaron estar de acuerdo o muy de acuerdo con esta situación frente a un 51% a nivel nacional. Entre las personas que dijeron haberse sentido discriminadas en la Costa, el 80% dijeron que la razón fue su nacionalidad, frente a un 73% del promedio nacional lo que posiciona a la xenofobia como la principal razón de discriminación; sin embargo, la discriminación por el hecho de ser mujer extranjera permanece igual. El 67% de las personas que residen en la Costa señalaron tener una relación positiva o muy positiva con sus comunidades frente al 59% del promedio

nacional. Estas diferencias significativas indican que parece haber una mejor relación entre personas migradas y refugiadas con las comunidades que las acogen, menor choque cultural en comparación a otras regiones, una menor percepción de discriminación y, en general, mejores condiciones para la participación comunitaria.

Para noviembre del presente año, más de 508,935 personas venezolanas se han asentado en Ecuador, siendo Guayaquil una de las principales ciudades receptoras. Entre las necesidades de protección de la población venezolana en Guayaquil, el GTRM (2021) destaca el estado migratorio irregular y la inseguridad alimentaria producto de la pérdida o el nulo acceso a medios de vida por las restricciones de movilidad por el covid-19 y las limitadas capacidades de adaptación a la virtualidad.

Representación de personas migradas venezolanas en medios de comunicación

Los medios de comunicación ecuatorianos han sido cuestionados por participar constantemente en la estigmatización de personas migradas y refugiadas venezolanas. De acuerdo con Álvarez (2009), “el encuadre noticioso de la inmigración estigmatiza esa imagen pública del inmigrante mediante la composición de un retrato negativo y/o problemático (pobreza, desempleo, delincuencia)” generando así un imaginario colectivo de asociar al inmigrante como un delincuente o alguien que influye de manera negativa en la economía del país de acogida (Ripoll & Navas-Alemán, 2018).

La prensa ecuatoriana al referirse de los migrantes venezolanxs en las noticias hace énfasis en los problemas de legalidad, en la llegada de oleadas de inmigrantes, en las diferencias culturales y de convivencia o los delitos, contribuyendo al discurso social xenófobo, esto a pesar de la existencia de una normativa legal que regula el contenido dentro de los medios de comunicación tradicionales. Asimismo, en internet y las redes sociales no existen mecanismos de control efectivos para que no se difundan contenidos que atenten contra ciertos grupos (Altamirano & Torres-Toukourmidis, 2019).

A partir de este planteamiento, se puede inferir que las estructuras discursivas que se emplean en los diferentes medios de comunicación suelen enfatizar los argumentos de migración desde categorías temáticas donde evalúan al “otro” como un exogrupo. Según Van Dick (2007) menciona que:

Estos tópicos están principalmente orientados en destacar las diferencias, la maldad o la amenaza. Es así como estos discursos fijados a través de las noticias se convierten en temas de conversación ciudadanos, de allí la posibilidad de posicionar temas como la migración que pueden despertar enfoques o implicaciones negativas dentro de los diferentes grupos sociales (Yncierte, 2021).

Por lo que, esta manera de abordar la migración en los diversos medios denotan un tratamiento basado en términos que estigmatizan al migrante como un adversario o una amenaza.

Uno de los factores determinantes de la xenofobia está relacionada a la percepción de la situación del país emisor. Cuando se percibe que el país emisor está bien económicamente, el grado de xenofobia es menor. Sin embargo, cuando los migrantes y refugiados provienen de países que los ecuatorianos perciben como económicamente mal, más xenofobia sienten (Vallecilla Buenaventura, 2018). Esta percepción está conceptualizado como aporofobia denominado así por la filósofa Adela Cortina (2017), que indica que se rechaza al inmigrante no por venir de otro país, sino por ser pobre.

Consumos mediáticos en tiempos de pandemia

En el año 2019, en el mes de diciembre, se identificó en Wuhan, China una serie de casos de neumonía originados por un nuevo coronavirus. Este tuvo la denominación de COVID-19. El coronavirus de acuerdo con la OMS (2020), “es un grupo de virus que causan enfermedades que van desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como neumonía, síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y síndrome respiratorio agudo

grave (SARS)”. Debido a la propagación del virus a nivel mundial, el 11 de marzo del 2020, La Organización Mundial de la Salud declaró oficialmente el brote del coronavirus como una pandemia.

Para tener un control de la propagación del virus, debido a su alta carga viral, los gobiernos de ciertos países optaron por aislar a sus ciudadanos mediante la imposición de la cuarentena. Ante aquello las personas se quedaron en sus casas por grandes cantidades de tiempo, lo que originó el incremento en el uso del celular. De acuerdo con (The Social Media Family, 2020), “tras la aparición del nuevo coronavirus, el consumo de noticias ha aumentado y todos los indicadores observados durante años han alcanzado máximos semana tras semana; números de visitas, usuarios, duración y las redes sociales han ampliado su penetración social y tiempo de conexión que acaparan”. Esto tuvo tanto un impacto positivo y negativo en los consumidores, ya que por un lado el manejo de las comunicaciones en internet, facilita el intercambio de información entre personas en tiempo real. Sin embargo, cierta información declarada en los medios digitales era ofrecida con datos no verificados, lo que generaba espacios para esparcir rumores, exageraciones, etc., (Sturiza, 2020).

Educación virtual en pandemia

La pandemia de covid 19 generó desafíos para la educación en Ecuador, la cual tuvo que adaptarse forzosamente a modalidad virtual. La virtualización de la educación implica el uso de herramientas tecnológicas para el desarrollo de capacidades y destrezas. Esto creó un escenario favorable para el desarrollo de capacidades en el ámbito comunicativo mediante la creación de contenido digital.

Desarrollo de Capacidades en el sector digital para la inserción laboral de población migrante y refugiada

La pandemia ha impactado de manera positiva en el crecimiento del sector tecnológico y digital "...aceleró la adopción de nuevas tecnologías digitales. Las mejores

habilidades en el terreno digital están directamente asociadas con la mejora en innovación y la competitividad..." (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2020, p. 71). Según la OIT, el sector de uso de software, que incluye el desarrollo de aplicaciones y de plataformas digitales tiene alta demanda en Ecuador y ha incrementado un 17% de 2013 a 2020, y es un potencial sector para la inclusión laboral de personas en situación de movilidad humana de origen venezolano en Quito y Guayaquil. Los factores que lo determinan de esta manera son el gran aumento postcovid del uso de productos y servicios digitales, que incluso no detuvo el reclutamiento de profesionales especializados en este sector por parte de las empresas (OIT, 2020). La facilidad para el desarrollo de habilidades digitales para lo laboral y a corto plazo, permiten determinar a este sector como un potencial para la inserción laboral.

Por estas razones, La Vereda.TV ha establecido actividades para el desarrollo de capacidades digitales a población migrante y de acogida que permitan la inserción socioeconómica, facilitando a su vez procesos de integración que generen relaciones orgánicas entre los y las participantes.

La articulación y trabajo colaborativo

Es importante considerar que el trabajo en el ámbito de movilidad humana necesita la movilización de supuestos en el contexto ecuatoriano, que desde la articulación de trabajo entre organizaciones afines puede asegurar mayor sostenibilidad para el alcance de objetivos, sea desde el acompañamiento hasta el apoyo en recursos.

La elaboración de una agenda de incidencia desde el trabajo colaborativo y procesos que impulsan la articulación entre organizaciones que persiguen un fin común, permiten aprovechar las diversas capacidades que poseen como recurso y coordinar acciones que a largo plazo logran impactar de manera más directa y positiva en los problemas que se buscan incidir.

De acuerdo a la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), junto a la Agencia Danesa para la Cooperación Internacional (DANIDA), La articulación inicia con el diagnóstico participativo para la incidencia, que buscará el acercamiento y diálogo con actores involucrados en las mismas luchas sociales, en que se destacarán experiencias, aprendizajes adquiridos en trayectorias recorridas y se incorporarán reflexiones sobre el contexto en que se sitúa el problema de interés (UICN, 2012). Estos diálogos continuos permiten realizar una lectura de las problemáticas que deben delimitarse a un sólo problema central de incidencia, que puede evidenciar de manera gráfica causas y efectos estructurales mediante el uso de la herramienta Árbol de problemas. El diálogo lleva a la construcción participativa del diagnóstico que guiará el proyecto y la agenda de incidencia. Además, conlleva al establecimiento de alianzas estratégicas con organizaciones afines al objetivo del proyecto a desarrollar. En estas alianzas se establecen acuerdos de cooperación y de beneficio mutuo entre las partes, orientadas al alcance de un propósito, muchas veces estructural.

Medios de comunicación comunitarios

Los medios de comunicación comunitarios pueden ser definidos bajo tres aristas, las cuales son: desde una definición histórica, legal y organizativa-comunicacional. La definición histórica hace referencia a aquellos medios comunitarios que en el Ecuador y América Latina ejercían su labor enfocada en “dar voz a los que no tenían voz” o amplificar las voces de quienes tenían limitaciones para acceder a los medios de comunicación tradicionales. Contemplando la perspectiva histórica, en los años sesenta, setenta y ochenta, los medios comunitarios tenían una vinculación con la labor social, educativa y evangelizadora que la iglesia católica realizó y la cual tuvo mucha influencia dentro de este tipo de medios. Por lo que, en Ecuador los medios comunitarios estaban directamente relacionados con la iglesia en las décadas anteriores.

En cuanto con la definición legal, La Ley Orgánica de Comunicación (2013) define a los medios comunitarios como aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social”. Por lo tanto, ante la Ley de Comunicación, una organización sin fines de lucro, tiene el reconocimiento de “comunitaria”. Con respecto a la conceptualización organizativa-comunicacional, busca una nueva definición de lo comunitario alejándose de la razón jurídica y la vinculación con la historia, donde la actuación de la iglesia fue predominante; sino que es definido como una nueva forma de comprender a las comunidades territoriales, las comunidades de sentido, y su relación con la comunicación masiva (Acosta, Calvopiña & Cano, 2017).

La Vereda: un medio comunitario digital intercultural

La Vereda nace en Guayaquil durante la contingencia de la pandemia del COVID-19 en el año 2020 como un medio de comunicación comunitario, digital e intercultural. En La Vereda las personas migradas de origen venezolano narran sus diversas realidades, como producciones alternativas que buscan incidir en los imaginarios construidos en torno a la figura de la persona migrada venezolana y contrarrestar la visión xenófoba que alimentan los medios tradicionales. La Vereda, representa un espacio digital que busca sensibilizar a la audiencia, compuesta por ciudadanxs ecuatorianxs y venezolanxs, estableciendo vínculos que les permitan reconocerse en la humanidad del otro y enriquecerse mutuamente valorando las diferencias culturales.

En Ecuador, la creación de medios de comunicación públicos, privados, comunitarios y el acceso a las frecuencias de radio y televisión están consagrados como un derecho en la

Constitución del 2008, específicamente en su artículo 16 que señala “ Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”. Los medios comunitarios en la historia de Ecuador y América Latina fueron aquellos cuya labor se enfocó en amplificar las voces de quienes tenían limitaciones para acceder a los medios de comunicación (Acosta, Calropiña & Cano, 2017). Eran aquellas propuestas de comunicación – en su mayoría radiales–, que buscaban que comunidades vulneradas e invisibilizadas puedan comunicar sus necesidades y propuestas, con el fin de transformar su realidad. En el caso de La Vereda en su presente edición se mantiene el formato de creación propuesta por Granados et al (2016), donde las historias de vida sirven para “describir de manera dialéctica el acontecer cotidiano, las tramas del existir, las maneras cómo 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).

Por otra parte, los documentales vienen jugando un papel fundamental en la construcción y reconstrucción colectiva de las realidades en comunidades o en organizaciones sociales particulares, evidentemente mucho menos sesgadas frente a su entorno, pero con menos posibilidades de difusión (Pacheco, 2012). Se entiende como documental, una pieza audiovisual que plasma una realidad, alejándose de la ficción y reflexionando sobre una temática determinada. Dentro del documental tradicional se tiene un objeto de estudio el cual es observado a través del lente y la visión del director. El documental social participativo propone una nueva manera de producción audiovisual, que promueve la participación de los protagonistas. Se imparten saberes de creación audiovisual y de narrativa documental para que el protagonista deje de ser un objeto de estudio y se

convierta en el dueño de su propio relato. De acuerdo a Sucari (2017), a través de esta nueva propuesta se establece una conexión entre la política, la comunicación, el arte, la ciencia, entre otros conceptos otorgándole conocimientos a la comunidad para la realización del documental y creando nuevos vínculos entre distintos sujetos del saber. El resultado de este proceso de creación, son dinámicas de creación que configuran originales modelos de educación y de traspaso de conocimiento. “Diversos autores afirman que, en el marco del nuevo orden global, existe una carrera por el talento. El capital humano se ha convertido en un atributo fundamental de la sociedad del conocimiento” (González y Fazito, 2017).

La manera de consumo audiovisual cada vez es más inmediata y más accesible, así mismo la manera en la que se crea este contenido. El manejo de dispositivos electrónicos es un conocimiento de poder en la actualidad aunque se viva en una época digital no son saberes implícitos, no todos tienen acceso a un dispositivo o a comprender la dimensión de su uso. Que una comunidad aprenda a crear y a contar historias a través de una cámara, otorga un sentido de autopercepción, de representación y de empoderamiento. Los aleja de un otro, y se acorta esa brecha que existe cuando hay alguien más dando las direcciones y las pautas, ellos crean su propio discurso. Por otra parte se encuentra el consumo interactivo dentro de medios digitales. Los usuarios tienen el control sobre su manera de consumir contenido, ellos deciden cuándo, cómo y qué ver. Esta experiencia no es desconocida, ya que se vive día a día con los dispositivos móviles y la elección de reproducción dentro de redes sociales. Gifreu opina que los conceptos de elección y control eran considerados propiedad del documentalista, cuando este poder se otorga al usuario, como en el caso de los medios interactivos, el papel del autor como narrador se pone en cuestión o se elimina. Dentro de la propuesta experimental: Documental social participativo, se plantea el consumo del mismo, mediante una plataforma interactiva donde el usuario decida qué video participativo desea ver.

Hipótesis de Mejora

Después de conocer la situación actual que atraviesa la población venezolana en Ecuador, y cómo los medios de comunicación ecuatorianos han contribuido con la estigmatización de las personas migradas y refugiadas venezolanas, el presente proyecto parte de la hipótesis de mejora siguiente: debido a la escasa sensibilidad de la sociedad guayaquileña hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano puede ser mejorada a través de la exposición de contenido de valor en las diversas plataformas con las que cuenta el medio de comunicación digital, comunitario, e intercultural de La Vereda. Por lo tanto, se tiene como finalidad contribuir a reducir vulneraciones de derechos humanos fundamentales de personas migradas de origen venezolano, permitiendo así mostrar la inclusión de este grupo en la sociedad de acogida. Por consiguiente, el propósito del proyecto busca incrementar la sensibilidad de la comunidad receptora de Guayaquil hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano, teniendo en cuenta como indicador la reducción de dos puntos en el Test de Actitudes Prejuiciosas (TAP) en comparación con los resultados de ingreso en la comunidad receptora y comunidad inmigrante participando en el equipo base de La Vereda.

Ante este propósito se propuso como primer componente dentro de la matriz marco lógico del proyecto, integrada La Vereda por un equipo base para manejo del medio y producción de contenido, el cual tuvo como finalidad conformar un equipo de trabajo para que el medio esté activo durante las instancias en las que no se desarrollan los proyectos de aplicación profesional. Uno de los indicadores dentro de este componente fue: equipo base conformado por tres personas de origen venezolano y tres personas de origen ecuatoriano, generando así un equipo intercultural dentro del medio, estas personas fueron reclutadas bajo un diálogo activo con las organizaciones aliadas a La Vereda, como CDH y HIAS. Para que los integrantes del equipo base puedan colaborar dentro del medio, se brindaron 6 módulos de

capacitación, para que así lxs participantes adquirieran los conocimientos necesarios para manejar el medio, los módulos fueron los siguientes: inducción a La Vereda como medio comunitario intercultural, diseño gráfico, fundamentos del periodismo, manejo de redes sociales, planificación de proyectos y producción audiovisual. Estos módulos fueron diseñados con el enfoque pedagógico de diseño inverso, y además se consideró como facilitadores de los seis módulos a tres docentes de la Universidad Casa Grande, una periodista de nacionalidad venezolana que se sitúa en Guayaquil, y a un licenciado de la Universidad de las Artes. Como indicadores de esta actividad se propuso 60% de asistencia lograda del equipo base a las capacitaciones brindadas y 60% de participantes del taller de manejo de medio digital finalizaron la capacitación.

Además, de brindar las capacitaciones se propuso realizar una evaluación de satisfacción de los talleres ofrecidos a lxs integrantes del equipo base mediante el método de Panel de Evaluación de Contenido para poder desarrollar una herramienta confiable para evaluar la satisfacción de los participantes, por lo tanto esta encuesta fue validada con nueve guías de los proyectos de aplicación profesional y docentes investigadores de la Universidad Casa Grande. Para esta actividad se delimitó como indicador: nivel de satisfacción del 65% en lxs participantes que recibieron el taller de manejo del medio digital.

Como segundo componente propuesto dentro de la matriz marco lógico del proyecto, se encuentra: promovida una representación favorable de historias diversas sobre las personas migradas de origen venezolano en la sociedad receptora, para el cumplimiento de este componente se decidió capacitar a personas en situación de movilidad humana y de la comunidad de acogida como generadores de contenido para La Vereda, estos talleres fueron bajo la modalidad MOOC, en la plataforma de aprendizaje en línea LaEscuela.Pro, con el contenido alojado en la edición anterior. La cual una vez culminado el proceso de aprendizaje, los participantes debían elaborar y entregar un producto audiovisual para ser

publicado en las diferentes plataformas con las que cuenta el medio de comunicación de La Vereda. Como indicador de la actividad se estableció: veinte entradas producidas por generadores de contenido capacitados para la página web.

Dentro de este componente se propuso elaborar una estrategia de comunicación con el fin de posicionar a La Vereda en la mente del público objetivo. Estableciendo objetivo general y específicos, definiendo grupos destinatarios, concepto de comunicación, pilares de comunicación, tonos, actualización de manual de marca y se crearon cuatro categorías de publicaciones para las redes sociales del medio. En esta actividad se especificó como indicador: se elaboró una estrategia de comunicación para La Vereda anclada al proyecto.

Otra actividad dentro del segundo componente fue crear una plataforma interactiva: documental social participativo. El cual dicha plataforma se encuentra alojada en la página web de La Vereda, siendo este un espacio donde se puede alojar diferentes tipos de archivos como: audios, videos, textos, etc. Con el fin de contribuir a la representación favorable de historias de la comunidad venezolana que se sitúa en Guayaquil. Como indicador de esta actividad está: una propuesta experimental de documental social participativo producido por integrantes de la sociedad receptora y de la comunidad de personas migradas.

Tabla 1.

Matriz marco lógico de Proyecto La Vereda

Matriz marco lógico	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
----------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------

Finalidad:

Contribuir a reducir vulneraciones de DDHH fundamentales de personas migradas de origen venezolano.

El gobierno central ecuatoriano implementó una política migratoria inclusiva y responsable. Se crea un plan de inclusión para lxs migrantes de origen venezolano y se articulan rutas de apoyo a lxs migrantes venezolanos en territorio ecuatoriano.

Matriz marco lógico	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
---------------------	-------------	------------------------	-----------

Propósito:

Incrementar la sensibilidad de la comunidad receptora de Guayaquil hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano.

*Reducción de dos puntos en el Test TAP en comparación con los resultados de ingreso en la comunidad receptora y comunidad inmigrante participando en La Vereda.

Test de Actitudes Prejuiciosas (TAP), Chen y Starosta Escala de Sensibilidad Intercultural (ISS) asociando resultados al Modelo de Desarrollo de Sensibilidad Intercultural.

La población guayaquileña fue sensibilizada frente a las diversas realidades de la comunidad de personas migradas de origen venezolano.

*Aumento de la sensibilidad intercultural en dos puntos.

Matriz marco lógico	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
---------------------	-------------	------------------------	-----------

Componentes:

<p>1.- Integrada La Vereda por un equipo base para manejo del medio y producción de contenido.</p>	<p>*Equipo base conformado por 3 personas de origen venezolano y 3 personas de origen ecuatoriano (1)</p>	<p>*Firma de compromiso con La Vereda, difusión a través de canales de comunicación distintos para sociedad receptora guayaquileña y comunidad de personas migradas de origen venezolano basadas en la diferenciación del consumo.</p>	<p>*Personas migradas de origen venezolano dejan de ser instrumentalizadas por organizaciones de la sociedad civil ecuatoriana y gestionan sus propios recursos.</p>
	<p>*Estructura organizacional creada para el funcionamiento del Equipo base.</p>		
	<p>*60% de asistencia lograda del equipo base a las capacitaciones brindadas.</p>	<p>*Manual de estructura organizacional.</p>	
	<p>*60% de participantes del taller de manejo del medio digital finalizaron la capacitación.</p>	<p>*Registro de talleres sincrónicos.</p>	<p>*Registro de asistencia a talleres, cumplimiento de evaluación final.</p>
	<p>*Nivel de satisfacción del 65% en lxs participantes que recibieron el taller de manejo del medio digital.</p>	<p>*Formulario de Google de nivel de satisfacción, grupo focal de retroalimentación sobre contenidos presentados.</p>	
	<p>*70% de destrezas adquiridas por los participantes del taller de manejo de medio digital (2).</p>	<p>*Evaluación en línea sobre el manejo de un medio comunitario digital y matriz con oportunidades de auspicios.</p>	

Matriz marco lógico	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
---------------------	-------------	------------------------	-----------

<p>2. Promovida una representación favorable de historias diversas sobre las personas migradas de origen venezolano en la sociedad receptora</p>	<p>*39 Piezas de contenido creadas para las redes sociales por La Vereda (3).</p>	<p>*Publicaciones en redes sociales de La Vereda.</p>	<p>*Se fomenta el consumo crítico de nuevos mensajes en torno a las personas en condición de movilidad humana de origen venezolano.</p>
	<p>*20 entradas producidas por generadores de contenido capacitados para la página web (7).</p>	<p>*Contenido cumple con rúbrica para ser publicado en página web de La Vereda, evaluación del nivel de satisfacción de lxs participantes, registro de asistencia a capacitaciones.</p>	<p>*Las personas migradas de origen venezolano tuvieron agencia al representar sus propias historias alejándose de discursos que criminalizan la migración.</p>
	<p>*Se logró un incremento en el tamaño de la comunidad (4), las interacciones (5) y el alcance (6) del 10% en redes sociales y página web respecto a los resultados del último mes de La Vereda 2020.</p>	<p>*Tráfico, métricas sobre tiempo de navegación, Google Analytics: visitas totales vs visitas únicas, Herramienta Metricool.</p>	<p>*La sociedad receptora tuvo un acercamiento con las diversas realidades de las personas migradas de origen venezolano.</p>
	<p>*Se elaboró 1 estrategia de comunicación para La Vereda anclada en el proyecto.</p>	<p>*Actualización de manual de marca La Vereda, pilares comunicacionales definidos en torno a La Vereda como medio comunitario digital, objetivos específicos de la estrategia de comunicación alineados con el proyecto.</p>	<p>*Se actualizó el manual de marca bajo el concepto creativo "Donde todos y todas compartimos" posicionando a La Vereda como un medio de comunicación alternativo, donde lxs ciudadanos son sus propios representantes e interlocutores.</p>
	<p>*1 Propuesta experimental de documental social participativo producido por integrantes de la sociedad receptora y de la comunidad de personas migradas.</p>	<p>*Visualizaciones de los videos participativos en plataformas digitales, recepción de medios a través de la monetización de free press, Data de RRSS que refleje interacción con el contenido audiovisual.</p>	<p>*Se incide en el imaginario colectivo visibilizando el talento humano de ambas comunidades.</p>

Tabla 2.*Actividades de Matriz Marco Lógico*

Resultado 1		Resultado 2
A1: Creación de estructura organizacional para el funcionamiento y la sostenibilidad del equipo base.	A5: Elaboración de estrategia de comunicación para La Vereda.	A7: Creación de propuesta experimental: documental social participativo.
A2: Reclutar a un equipo base de personas migradas de origen venezolano y de origen ecuatoriano para La Vereda.	A5.1: Se define concepto comunicacional, concepto creativo y pilares de comunicación.	A7.1: Implementación de plataforma interactiva en la página web de La Vereda T.V
A2.1: Convocatoria a personas ecuatorianas y venezolanos para equipo base según articulaciones con organizaciones.	A5.2: Actualización de manual de marca de La Vereda.	A7.2: Recopilación de contenido creado para el documental en diferentes plataformas y formatos.
A2.2: Reclutar un equipo base de personas migradas de origen venezolano y de origen ecuatoriano para La Vereda.	A5.3: Se crea cronograma de publicaciones en redes sociales.	A7.3: Convocatoria abierta para recibir contenidos que tribute al documental social participativo y cumpla con las pautas del medio.
A2.3: Conformar equipo de soporte multidisciplinario de estudiantes en la UCG para el equipo base.	A5.4: Publicación de 39 piezas de contenido en RRSS y página web.	A7.4: Producción y edición del contenido del documental.
A3: Capacitación a equipo base para manejo del medio digital.	A6: Convocatoria abierta apoyada por organizaciones para reclutar a generadores de contenido que participen en capacitaciones virtuales modalidad MOOC.	A7.5: Campaña publicitaria en plataformas digitales para el estreno del documental social participativo.
A3.1: Diseño de los seis módulos de la capacitación en modalidad virtual para manejo del medio digital.	A6.1: Actualización de capacitaciones virtuales sobre producción de contenido para medios digitales para participantes en la creación de contenido (1 nuevo módulo)	A8: Elaboración de tres webinars en vínculo con PAP's junto al equipo base de La Vereda
A3.2: Reuniones de revisión y validación con Directorio Consultivo de las capacitaciones virtuales para el manejo del medio digital.	A6.2: Acompañamiento y seguimiento a participantes en las capacitaciones virtuales de contenido para medios digitales.	A8.1: Planificación de webinars: decidir fechas, duración, plataforma.

A3.3: Implementación de los seis módulos de capacitación virtual.

A6.3: Evaluación de la capacitación: nivel de satisfacción de lxs participantes y evaluación de destrezas adquiridas.

A8.2: Establecer temas de los webinars y participantes. Buscar vinculación con el documental social participativo.

A3.4: Evaluación de la capacitación: nivel de satisfacción de lxs participantes y evaluación de destrezas adquiridas.

A6.4: Se crean 20 entradas para la página web La Vereda T.V

A8.3: Difusión en redes sociales de webinars.

Reconstrucción Histórica de la Experiencia

Integrada La Vereda por un equipo base para manejo del medio y producción de contenido

La Vereda como medio de comunicación digital, debe estar constantemente activo produciendo contenido y publicándose en las distintas plataformas con las que cuenta. Ante ello, uno de los factores que se identificaron es que el medio solo se encontraba activo cuando se desarrollaba el proyecto en la edición anterior, quedando así inactivo durante la instancia en la cual no había un equipo de estudiantes que se encontraban dentro de la modalidad de titulación de los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP). Por lo que en esta edición, se propuso conformar un equipo base, que produzca contenido y maneje el medio de comunicación digital comunitario de La Vereda, de manera activa.

Para la conformación del equipo en una primera instancia se había considerado seleccionar a tres personas de origen venezolano y tres personas de origen ecuatoriano, ya que al ser un medio intercultural, era necesario la integración de ambas culturas para que desde su perspectiva manejen el medio.

Teniendo en cuenta este aspecto, se decidió realizar un acercamiento a HIAS, una de las organizaciones aliadas a La Vereda, con el fin de reclutar a tres participantes de origen venezolano que fueron capacitados en la edición anterior de La Vereda en los talleres de: “creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida” que se encontraban

dentro del Programa de Modelo de Graduación de HIAS. Sin embargo, para acceder a la base de datos de lxs participantes que culminaron el taller, HIAS otorgó una capacitación virtual sincrónica vía Google Teams a lxs integrantes del proyecto sobre aspectos psicosociales para realizar un acercamiento responsable hacia sus beneficiarios.

Luego de ser capacitados, HIAS, le pidió a los integrantes del proyecto que se les envíe la propuesta del equipo base en un documento y la hoja de ruta con la que se pensaba actuar una vez conformado el equipo. Después de esto, HIAS envió la base de datos, y se decidió contactar a lxs participantes vía WhatsApp, comentándoles el fin de la conformación del equipo base, y de este acercamiento se pudo reclutar a una integrante quien posee la profesión de periodismo.

Asimismo, para contactar a lxs tres integrantes de origen ecuatoriano se realizó una aproximación a otra de las organizaciones no gubernamentales aliadas a La Vereda, el Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos (CDH). Este acercamiento fue virtual con el técnico de la estrategia comunitaria de la organización, Johnny Molina. A quien se le socializó la propuesta y este fue el encargado de comentárselo a su Red de Defensoras y Defensores de Derechos Humanos (RDDH). De este acercamiento se reclutaron a cuatro integrantes de lxs cuales dos son de nacionalidad venezolana y lxs dos restantes de nacionalidad ecuatoriana.

A su vez, para reclutar a la última integrante que conforma el equipo base se optó por socializar la propuesta del proyecto a lxs participantes que se capacitaron en la presente edición en modalidad MOOC con los contenidos alojados en la plataforma LaEscuela.PRO. En este acercamiento con lxs participantes se consiguió reclutar a una integrante de nacionalidad venezolana, quien culminó el taller asincrónico coordinado este año por La Vereda.

Para el funcionamiento interno del equipo base se decidió realizar la estructura organizacional en la cual las y los integrantes del grupo tengan delimitadas las responsabilidades y funciones necesarias para que el equipo colabore de manera exitosa. Esta estructura fue elaborada desde un enfoque horizontal contemplando que cada persona que integra el equipo es igual de relevante y posee un mismo rol jerárquico. Entre los elementos que se desarrollaron dentro de la estructura organizacional se encuentra el organigrama por departamentos, la línea de trabajo, el organigrama por cargos, el proceso de toma de decisiones, la cultura organizacional, el clima organizacional, los canales de comunicación interna, la misión, visión, valores del medio y por último, el manual de convivencia.

Con el fin de que las y los integrantes del equipo base adquieran los conocimientos y destrezas necesarias para manejar el medio de comunicación digital e intercultural de La Vereda, se procedió a diseñar seis módulos con el enfoque pedagógico de diseño inverso. De acuerdo con Wiggings (2011), este enfoque “capacita al estudiante a transferir o aplicar los conocimientos adquiridos durante el aprendizaje a ámbitos diferentes a los presentados en el aula” (Said-Mohand, 2013). Considerando lo que involucra este enfoque, en primera instancia se identificaron los resultados deseados, luego los indicadores o criterios de éxito y se planearon las actividades del taller. Esto con el fin de desarrollar una capacitación que cumpla con las necesidades que lxs integrantes del equipo base deben de tener para el manejo del medio.

Después de diseñar los seis módulos, se implementó el primero el cual fue: inducción a La Vereda como medio comunitario intercultural. El objetivo de esta capacitación era de que lxs participantes comprendan los elementos necesarios para el manejo del medio, como conocer el propósito de La Vereda, los conceptos relacionados a medios comunitarios e interculturales, la estructura organizacional del equipo base, el manual de estilo de La Vereda

y hubo espacios de diálogos para aclarar dudas de lxs participantes, y así llegar a una mayor comprensión de la función de los integrantes como equipo base.

En el módulo de inducción con la autorización y consentimiento informado de las y los integrantes del equipo base se realizó el Test de Actitud Prejuiciosa (TAP) a través de la herramienta google forms. El TAP es una medida de prejuicio que permite aprehender las peculiaridades de esta actitud en el grupo minoritario de personas inmigrantes y en el mayoritario de autóctonos, partiendo de una posición integradora que concibe el prejuicio como una actitud social, cuya evaluación requiere recoger la percepción que se tiene del exogrupo, las emociones que suscita y la intención de comportarse ante él (Rojas-Tejada, 2012). Este test se realizó antes de que las y los integrantes del equipo base inicien sus funciones y se realizó después de que culminó nuestra participación en La Vereda con la intención de medir y de obtener una reducción de al menos dos puntos en el Test TAP en comparación con los resultados de ingreso. Esto como una forma acotada de medir el incremento de la sensibilidad en la comunidad receptora de Guayaquil hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano.

El segundo módulo que se implementó dentro de las capacitaciones para el equipo base fue el de diseño gráfico. El cual debido a su complejidad se optó que sea impartido de manera presencial en la Universidad Casa Grande. La facilitadora de este taller fue la docente Pamela Villavicencio con quien se tuvo el acercamiento por correo electrónico y vía WhatsApp, comentándole el objetivo de la capacitación y el contenido que se deseaba impartir. Esto con el fin de que las y los integrantes del equipo base puedan producir piezas gráficas bajo la línea gráfica de La Vereda.

El tercer módulo realizado fue el de fundamentos del periodismo. La facilitadora de esta capacitación fue Yasmina Hera, presidenta de la Asociación de Periodistas Venezolanos en Ecuador. La modalidad en la que se dio esta capacitación fue virtual de manera sincrónica

por la plataforma ZOOM, debido a que Yasmina se encuentra en la ciudad de Quito. Se trataron temas básicos de periodismo como la estructura de los diferentes géneros periodísticos, tales como noticias, reportajes y entrevistas. Sin embargo, las y los integrantes del equipo base indicaron que les gustaría profundizar en los conceptos y temas abordados por Yasmina, ya que estos fueron abordados de manera general, debido a los límites de tiempo y disponibilidad que tenían tanto la facilitadora, como lxs integrantes.

Adicionalmente, Yolimar Peña, miembro del equipo base de La Vereda y periodista de profesión, grabó contenido adicional para poder reforzar la capacitación anterior impartida por Yasmina y ese contenido fue proporcionado a los demás integrantes del equipo base a través de sus correos electrónicos.

El cuarto módulo aplicado fue el de manejo de redes sociales. La facilitadora de esta capacitación fue Maialen Fernández, docente de la Universidad Casa Grande, con experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing digital, comunicación corporativa, organización de eventos y soporte a clientes. La modalidad en la que se dio esta capacitación fue virtual de manera sincrónica por la plataforma ZOOM y se abordaron temas de manejo de redes sociales, cómo llegar al público y pautar publicaciones.

El quinto módulo implementado fue el de Planificación de proyectos. Inicialmente fue un módulo que se diseñó con el objetivo de capacitar al equipo base en aplicación a auspicios para la sostenibilidad del medio. Sin embargo, al ser un medio comunitario se comprendió que las fortalezas y posibilidades de financiamiento se orientaban más al trabajo vinculado con organizaciones de la sociedad civil. Razón por la cual se decidió darle un giro a este módulo y enfocarse más en la aplicación a fondos de organizaciones no gubernamentales y planificación de proyectos. No solo fue una decisión por parte del equipo del PAP La Vereda, sino también la elección de las participantes del equipo base. La

facilitadora de esta capacitación fue Carolina Portaluppi, docente de la Universidad Casa Grande, ex ministra del litoral, consultora de ACNUR. La modalidad en la que se dio esta capacitación fue virtual de manera sincrónica en la plataforma ZOOM.

El sexto y último módulo fue el de producción audiovisual. Esta capacitación se dio en dos partes y sus facilitadores fueron Brian castillo, licenciado en cine en la U artes y gestor cultural y Daniela González, estudiante de la carrera Comunicación Audiovisual y Multimedia y miembro del PAP: La Vereda. La modalidad en la que se dio esta capacitación fue presencial en las instalaciones de la Universidad Casa Grande. Los comentarios por parte de las y los miembros del equipo base, fueron positivos y hubo una buena dinámica con lxs facilitadores.

Evaluación de satisfacción en lxs integrantes del equipo base sobre las capacitaciones implementadas para el manejo del medio

Después de haber finalizado el proceso de capacitación, se propuso evaluar la satisfacción de las personas que recibieron las capacitaciones. Para poder desarrollar una herramienta confiable para medir el nivel de satisfacción de lxs participantes del equipo base se decidió utilizar el método conocido como Panel de Evaluación de Contenido que consiste en la evaluación individual de los ítems de un test por parte de un grupo de expertos en el área. Estos expertos son los encargados de especificar si un ítem es necesario para operacionalizar un constructo dentro de un grupo de ítems o no. Para este fin se les solicita puntuar cada ítem de uno a tres con un rango respectivo entre “no necesario, útil pero no esencial, esencial”. Es así que se desarrolló un test con distintos ítems que fue validado con nueve guías de los proyectos de aplicación profesional de la Universidad Casa Grande y docentes investigadores, también de la UCG.

Capacitación Modalidad MOOC a generadores de contenido digital

Para el alcance del resultado 2, que consiste en promover una representación favorable sobre la migración, se propuso capacitar a personas en situación de movilidad humana y de la comunidad de acogida como generadores de contenido para La Vereda TV.

Se estableció generar un espacio de aprendizaje en modalidad MOOC para que las propias personas puedan desarrollar capacidades en torno a la creación y difusión de contenido digital e historias de vida. De este modo, se aportaría a potenciar su agencia y a la vez, podrían representar desde sus propias creaciones, sus historias relacionadas a la movilidad humana.

Así, la vereda se constituye también como un espacio para que las personas difundan los contenidos producidos por ellxs mismos a partir de las capacitaciones elaboradas en 2020, que fueron alojadas en la plataforma LaEscuela.PRO.

El 20 de julio de 2021, se inició con una convocatoria abierta de inscripción en conjunto con organizaciones aliadas para reclutar a generadores de contenido para las capacitaciones: COOPI, CDH, Diálogo Diverso y Hogar de Cristo.

Se inscribieron cuarenta y cinco participantes y solo treinta y seis iniciaron el proceso formativo. Más de la mitad participa activamente como colaboradores en ONGs, tanto aliadas como otras, entre estas: CDH, Fundación Manos Venezolanas, Paz y Esperanza, HIAS, Hogar de Cristo y Diálogo Diverso.

Se realizó una encuesta de disponibilidad de tiempo y recursos. Sobre el perfil de las personas inscritas, se recalca que veinticuatro participantes tienen nivel básico en uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), veintinueve participantes disponen sólo de celular para poder acceder a internet. Entre las profesiones de lxs participantes había: docentes, una artista plástica, abogado, diseñador, economista, ingenieros, trabajador social, técnicos, enfermeras. Entre las pasiones de la mayoría de participantes estaban: cantar, comunicación social, amor a la cocina, dibujar, tejer, repostería, crear redes de apoyo.

Para poder democratizar el acceso a los talleres disponibles en la plataforma, CDH sugirió crear un módulo de introducción a las herramientas tecnológicas a utilizar. De modo que se actualizaron las capacitaciones virtuales con la creación de un nuevo módulo: módulo 0. Para este, se utilizó el enfoque pedagógico de diseño inverso cuyo resultado fue establecido en que los y las participantes puedan utilizar la plataforma de aprendizaje virtual LaEscuela.PRO correctamente.

A su vez, se establecieron canales de comunicación y acompañamiento desde un grupo vía whatsapp con todas y todos lxs participantes.

El proceso formativo inició el 8 de agosto de 2021 y constó de dos partes: completar los cinco módulos asincrónicos en LaEscuela.PRO de manera autónoma hasta el 19 agosto 2021 y la segunda parte de creación de producto final con docentes.

De los 36 participantes que iniciaron el proceso, sólo 11 completaron los módulos asincrónicos: Abdías Olivares, Anrin Delgado, Daimara Díaz, Eglis Delgado, Eliú Silva, Esperanza Rivero, Kenny Olivares, Nelly García, Niobel Morao, Rebecca y Yorgelis Lara.

Desde el 24 Agosto 2021, inició la segunda parte del proceso que consistió en talleres para la creación del producto final y de retroalimentación, dirigidos por lxs docentes guías, Nahia Morán y José Miguel Campi. De los 11 asistentes que culminaron los módulos asincrónicos, solo nueve enviaron sus productos finales hasta noviembre 2021: Abdías Olivares, Nelly García, Cristal Pereira, Kenny Olivares, Raquel Rosales, Esperanza Rivero, Daimara Díaz, Niobel Morao y Eliú Silva.

Cabe recalcar que la segunda parte del proceso, se planteó desde el trabajo colaborativo. Se habían creado grupos de trabajo en sesiones sincrónicas con las y los participantes. Sin embargo, no pudieron agruparse ya que necesitaban mayor coordinación, y no tenían horario fijo por sus condiciones de trabajo y poseían limitaciones con el internet. De modo que, por adaptación a las necesidades y recursos de las y los participantes, se

decidió que el producto se realice de manera individual, en función de las categorías de contenido de La Vereda.TV

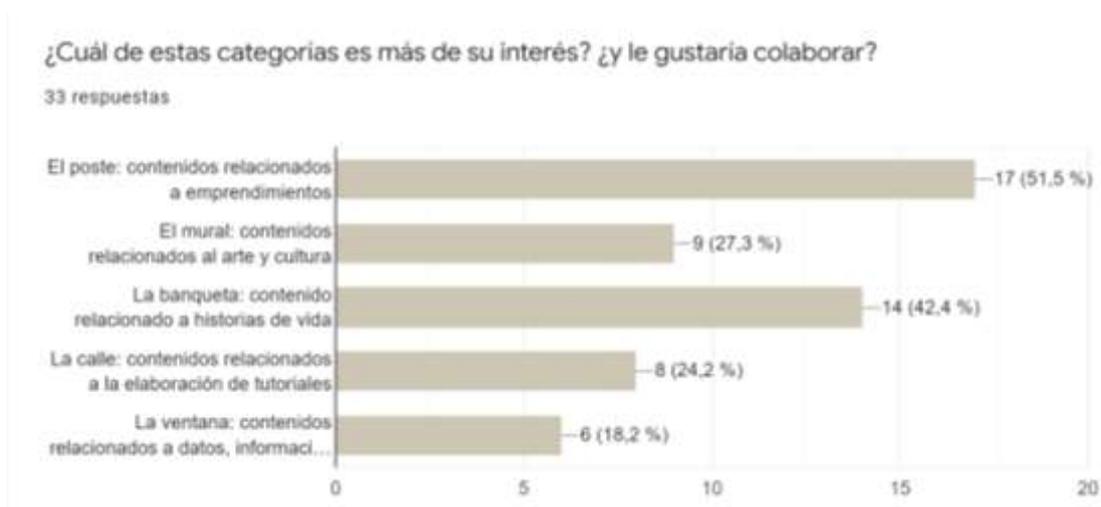


Figura 1.
Categorías de interés

Nota. Gráfico de interés de colaboración en las categorías de contenido de La Vereda.TV de participantes del curso virtual

Al finalizar los módulos asincrónicos, se realizó una encuesta de satisfacción del curso virtual. El 70% de los y las participantes que culminaron los módulos consideran que el curso fue muy bueno y bueno. En la segunda parte del proceso, realizaron una autoevaluación de su propuesta de producto, en que consideraron el manejo del lenguaje inclusivo, sensibilidad en contenido, relato, público, recursos y tono.

Las y los participantes indicaron que les hubiera gustado recibir más sesiones sincrónicas y generar espacios de interacción directa para poder generar vínculos y conocerse entre todos. Solicitaron más horarios y más reuniones por zoom, y también que la Vereda.TV ofrezca más talleres, de manera frecuente y que se mejore el acceso a la plataforma, en el sentido en que la página cargue fácilmente.

Cabe recalcar que muchas sesiones sincrónicas por zoom y conversaciones por Whatsapp, los y las participantes las utilizaban como espacios de contención emocional ya que compartían sus historias de vida entre todos.

La tasa promedio de abandono en la modalidad MOOC es del 90 al 95% (García et al, 2017). Como se estableció, la mayoría de los inscritos abandonó durante el primer módulo y la mayoría de lxs que superaron el primer módulo, se mantuvieron con estabilidad hasta el final. De modo que se tuvo, una tasa de abandono de 75% y el 24% terminó el curso.

Entre los desafíos que impulsaron la deserción está la limitada conexión a internet, situaciones de violencia y salud, que tiene un impacto diferenciado en las personas en situación de movilidad humana. A la mitad de los y las participantes no se les cargaba la plataforma ni podían entrar a la plataforma zoom. También está la movilidad continua, por ejemplo: la esposa de un participante escribió a La Vereda.TV indicando que su pareja retornó a Venezuela y que no tiene dispositivo móvil. Las participantes de género femenino indicaron haber estado expuestas a intervenciones de organizaciones por situaciones de violencia basada en género. Otra participante tuvo un parto delicado. Ante estas situaciones, La Vereda.TV acompañó de manera personalizada a cada participante, con el fin de procurar el bienestar de las y los participantes, y a su vez, sostener el proceso formativo.

Los productos creados por las y los participantes al finalizar las capacitaciones, se encuentran publicados en las redes de La Vereda.TV según el cronograma de posteo previamente establecido.

Hasta mediados de octubre de 2021, se realizaron 3 entradas a la página web. En función a que se recibieron cinco productos hasta la fecha, se decidió complementarlos con contenido recogido en campo para poder alcanzar las veinte entradas establecidas. Por último, la Vereda.TV gestionó y entregó certificados por la Universidad Casa Grande a quienes culminaron todo el proceso formativo.

Estrategia de comunicación

La Vereda al ser un medio de comunicación digital era necesario contar con una estrategia que permita brindar mayor visibilización a las redes sociales y página web del medio, así como también llegar a un público más concreto. Por lo que se procedió en primera instancia a establecer el objetivo general el cual fue: lograr un incremento del 10% en la comunidad, del 10% en interacciones y del 10% en el alcance en redes sociales. También se establecieron objetivos específicos los cuales fueron: mostrar a la audiencia de La Vereda, la diversidad de historias de las personas migradas de origen venezolano que residen en Guayaquil ; integrar contenido informativo en alianza con organizaciones dentro de nuestras redes sociales y sensibilizar a la audiencia con historias de empatía y humor.

El siguiente paso era definir los grupos destinatarios, se escogieron dos, los cuales fueron: personas migradas de origen venezolano en Ecuador y la comunidad receptora. Así mismo se establecieron seis fases por las que pasarían nuestros grupos destinatarios, éstas fueron: negación, defensa, minimización, aceptación, adaptación e integración.

La estrategia no podía estar completa sin un concepto de comunicación y un concepto creativo. Como concepto de comunicación se estableció: “somos un espacio virtual que propicia el encuentro entre la comunidad receptora y la comunidad de personas migradas venezolanas”. Y como concepto creativo: “donde todas y todos compartimos”.

Los pilares de comunicación eran una parte fundamental a definir, ya que sirven para determinar qué se publicará en las diferentes plataformas con las que cuenta el medio. Por lo tanto, se establecieron tres pilares: contenido de interculturalidad que informa a la audiencia sobre datos, historias y testimonios de la comunidad de personas venezolanas en situación de movilidad que se encuentran en Ecuador, dando a conocer las capacidades que poseen. Así mismo, contenido de desmitificación, que brinda información correcta frente a comentarios emitidos por figuras de autoridad que pretenden criminalizar la migración venezolana. Y por

último, contenido de entretenimiento, el cual fue establecido con el fin de generar interacción con la audiencia. Cabe recalcar que los pilares cumplían con los objetivos previamente mencionados.

Por otro lado, están los tonos que se decidieron usar, los cuales fueron: tonos generales, siendo estos subdivididos en profesional, cercano y empático. Y tonos específicos subdivididos en: testimonial, emocional e informativo. Los tonos siempre trataron de responder a las distintas etapas en las que se encontraban los grupos destinatarios.

Como canales de comunicación se decidieron mantener los mismos de la edición pasada: Instagram, Facebook y nuestra página web de La Vereda y agregando una nueva red social la cual es Tik Tok, debido al impacto que ha generado en estos últimos años.

Algo que se consideró importante realizar en la estrategia de comunicación fue la actualización del manual de marca (ver Anexo 20) en el cuál el cambio más importante fue una actualización del logotipo donde se cambió levemente la cromática y se agregó el TV haciendo alusión a que La Vereda TV es un medio digital. Así mismo se definieron tipografías para la línea gráfica de las publicaciones.

Para que el feed de las redes se vea ordenado e impactante se crearon 4 categorías de publicaciones, las cuales fueron: Contenido para desmitificar datos y comprobar la veracidad de la información. Contenido de historias de vida la cual son videos que fueron creados por la misma comunidad. Contenido de derechos humanos y servicios: donde se brindó información de derechos humanos y servicios orientados a la población en condición de movilidad humana. Y por último, la categoría de: contenido de eventos importantes.

Si de pautas se trata siete fueron las publicaciones pautadas a través de Facebook. Como se mencionó antes a seis de estas con un presupuesto de \$5 cada una y a una en específico que fue el arte de convocatoria con \$20.

Debido al periodo de inactividad que tuvo la cuenta al finalizar el proyecto la edición anterior se perdieron algunos seguidores. Y gracias a las publicaciones y al acercamiento con varias organizaciones se pudo subir el número de estos seguidores y llegar a tener dentro de la comunidad figuras como: HIAS, COOPI, Diálogo Diverso, CDH, Fundación Manos Venezolanas, Mujer&Mujer, La Periodica (medio feminista), Red de Movilidad Humana, etc. A su vez periodistas como: Toti Carvajal, Dayana Monroy y Jefferson Díaz, periodista venezolano experto en cubrir temas migratorios, además ha colaborado con el Washington Post.

Plataforma interactiva: Documental social participativo.

Dentro de esta propuesta, se planteó como objetivo que las personas migradas sean las protagonistas desde el día uno del desarrollo de este proyecto. Eligiendo la temática, creando la plataforma y contando desde su propia voz su historia de migración. Además, al ser la primera iniciativa gestionada junto al equipo base cumple una doble función. Es un ejercicio práctico donde aplicar las capacidades desarrolladas durante las capacitaciones y también una instancia que les permite apropiarse del medio perdiendo el miedo a la página en blanco.

Se basó en crear dentro de la página web elaborada por la edición anterior de La Vereda, un espacio donde se pueda alojar diferentes documentos: audios, videos, textos, etc. (ver Anexo 21)

Se tiene en cuenta que siendo personas en constante movilidad, no todos cuentan con un celular donde puedan crear videos, es por eso la posibilidad de que el formato sea libre. Se decidió mostrar contenido dentro de esta plataforma interactiva porque nació la idea de visibilizar de una manera alternativa tales piezas periodísticas, donde el objeto de estudio es decir las personas en situación de movilidad humana, dejan de ser un objeto y se convierten en los protagonistas.

Principalmente se propuso como temática: la interculturalidad desde distintas perspectivas y migrar como derecho. Todo el tiempo se tuvo presente que esta temática iba a ser elegida con el grupo base, es así como a través de conversaciones con ellxs, se estableció como eje principal del documental: “la migración como derecho humano” teniendo estas preguntas para ser cubiertas: “¿Cómo te ves a tí mismo?, ¿Cómo te concibes?, ¿Qué tanto crees en el sistema?, ¿Qué sueños tienes ahora?, ¿Cuáles son tus expectativas ante el futuro inmediato?.

En primera instancia, se decidió crear una convocatoria abierta para reclutar un programador web para la creación de la plataforma, esto con el fin de la participación de personas externas desde el día uno. Mientras esto estaba en marcha, se pudo tener contacto con un desarrollador web, migrante retornado, el cual tuvo la oportunidad de crear esta plataforma interactiva.

La elección del contenido del botón *pop-up*, este siendo una notificación emergente que aparece en el mapa al pasar el cursor. Se realizó pensando en la persona migrada cómo sujeto activo, capaz de narrar sus propias realidades e invitar a repensar la condición de migrante. Así es cómo se decidió que esto tendría dos partes. La primera: extractos de un poema colectivo llamado “Poema Migrante”, escrito en una actividad dirigida por el periodista y escritor venezolano Zakarías Zafra, en el Museo Memoria y Tolerancia de la Ciudad de México con las voces de emigrados venezolanxs y anfitriones mexicanxs.

La segunda parte consta de artículos obtenidos de los distintos cuerpos legales que enmarcan la movilidad humana y dentro de ella la migración como un derecho humano. Los textos y sus artículos correspondientes fueron seleccionados a través de una conversación con la Dra. Miriam Estrada, Vicepresidenta de Comunicaciones del Grupo de Trabajo de la Oficina de Detenciones Arbitrarias de Naciones Unidas, y también Asesora Regional

Latinoamerica sobre Género, Derechos Humanos y Cultura de Paz de la UNESCO quien también se desempeña cómo profesora de la Universidad Casa Grande.

El desarrollo de esta propuesta, se fue desempeñando junto al grupo base. Junto a ellos es como se ha logrado recolectar material de la nueva propuesta como actividad para el día del migrante. Este nuevo enfoque nació de la necesidad de mostrar migrantes exitosos dentro de Ecuador. Las historias de éxito son relevantes para poder crear una nueva narrativa, todo se va construyendo desde el imaginario de las personas.

Participación de La Vereda en actividades organizadas por ONG's

Como proceso de crear vínculos con las ONG's aliadas al proyecto, y para recopilar historias de vida de la comunidad de migrantes venezolanxs que se sitúan en Guayaquil se procedió a asistir a actividades planificadas por Organizaciones No Gubernamentales generando así incidencia de La Vereda como medio de comunicación y otorgando mayor visibilidad frente a las organizaciones. (ver Anexo 22)

La primera actividad a la cual asistió La Vereda fue la denominada “Carrusel por las Migraciones”, que fue desarrollada el 20 de junio del 2021 por el Día Mundial del Refugiado, en la cual asistieron diferentes organizaciones como: ACNUR, CDH, Terranueva, HIAS, OIM, Misión Alianza, COOPI, Comunidades de Vida Solidaria, entre otras. En este espacio se tuvo diálogos directos con las organizaciones para que conozcan qué es La Vereda y su objetivo como medio de comunicación. Además, se elaboró un video en el cual se visibilizó las diversas actividades que se desarrollaron en el evento, y este fue publicado en las redes sociales con las que cuenta La Vereda.

La segunda actividad en la cual La Vereda asistió fue la “Cuarta Caravana de Solidaridad con Caminantes” que se llevó a cabo en la ciudad de Bucay, y La Vereda como medio de comunicación digital entrevistó a personas en situación de movilidad humana que se encontraban en Bucay y Cumandá para conocer sus historias y experiencias de acuerdo a

lo que han vivido en su proceso migratorio. En esta actividad se contó con la presencia de organizaciones como: HIAS, CDH, Paz y Esperanza, Plan International, OIM, COOPI, Consejo Noruego para Refugiados, Defensoría Pública del Ecuador, entre otras. Previo a la asistencia a la caravana, se realizó una guía de preguntas de entrevista (ver Anexo 6) la cual fue enviada a lxs coordinadores de la actividad, que pertenecen a las ONG's, con el fin de realizar un acercamiento responsable a las personas que se entrevistó, y además, se elaboró un formulario de consentimiento (ver Anexo 7) informado, en el cual los entrevistadxs debían firmar con la inicial de su nombre, para que autoricen subir el contenido grabado en las diversas plataformas con las que cuenta el medio.

Otra actividad a la que La Vereda asistió fue el “Mural por los Derechos Humanos” la cual se desarrolló por el “Día Internacional de la No Violencia” el viernes 8 de octubre en la Cooperativa Nueva Esperanza, de Monte Sinaí. A esta actividad asistieron organizaciones como: COOPI, CDH, Diálogo Diverso, Misión Alianza Ecuador, La Red de Movilidad Humana Región Costa y Fundación Mujer & Mujer. El fin de esta actividad era entregar información a las personas en situación de movilidad humana del sector, sobre procesos de regularización en el país y brindar asistencia legal para quienes lo requieran, además, se ofreció una actividad lúdica de pintar un mural con la temática de los derechos humanos. La Vereda en este evento recopiló historias de vida de personas en situación de movilidad humana y de la comunidad de acogida, en el cual la idea fue que compartan la integración que han tenido entre ambas nacionalidades en el sector que viven.

Uno de los eventos a los cuales La Vereda tuvo presencia y participación fue el del Foro Internacional Virtual Integrarse, sobre las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial. En este evento se contó con la presencia de las siguientes organizaciones: HIAS, ACNUR, Pacto Global Red Ecuador y Empresas con Personas Refugiadas. La Vereda

participó en la edición de un video requerido por HIAS, en el cual una de sus beneficiarias comentaba su experiencia emprendiendo y cómo HIAS aportó en su aprendizaje para desarrollar su negocio.

Pasantías en La Vereda

Para generar sostenibilidad en el equipo base, y debido a que lxs integrantes del mismo poseen otras ocupaciones las cuales les quitan tiempo para dedicarse cien por ciento al medio, se decidió empezar con el proceso de reclutar pasantes de la Universidad Casa Grande para colaborarles a lxs integrantes del equipo base. Primero se tenía pensado unir a La Vereda con la materia de movilidad humana que se brinda a lxs estudiantes de la nueva malla de la carrera de Ciencias Políticas, para ello se contactó a la gestora de la carrera consultándole cómo era el proceso para vincular el proyecto a la materia, sin embargo, contestó que no se podía de esa forma, sino que se podía vincular a La Vereda como pasantías en la facultad.

Para aquello la decana de la carrera de Ciencias Políticas requirió en primera instancia un documento explicando el proyecto de La Vereda en esta edición 2021 y luego que se les envíe un arte de convocatoria con el número de pasantes que se requerían, los perfiles y las funciones que desempeñarían. Por lo que se estableció que en cada ciclo se solicitaba un mínimo de un pasante de cada carrera y máximo tres que provengan de la facultad de Administración y Ciencias Políticas. En cuanto a las carreras solicitadas fueron: Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Ciencias Políticas y Gestión del Talento Humano.

Luego de mandar el arte de convocatoria, la gestora de Ciencias Políticas solicitó el correo al cual lxs postulantes debían enviar su hoja de vida, el cual fue el correo electrónico de La Vereda. Se recibieron tres hojas de vida de estudiantes de la carrera de Ciencias Políticas y seis de la carrera de Negocios Internacionales. Luego de revisar cada uno de los perfiles de lxs postulantes se seleccionaron tres, lxs cuales fueron: Stephano González de la

carrera de Negocios Internacionales, Ana Paula Arguello y Pierina Casal de la carrera de Ciencias Políticas.

Después de seleccionar a lxs tres pasantes, se les escribió vía correo electrónico para citarlos a una reunión con lxs integrantes del proyecto del PAP La Vereda para explicarles el objetivo del medio y su colaboración como pasantes. En la reunión lxs tres confirmaron su participación dentro del medio y como colaboradores del equipo base.

Asimismo, al ser un medio de comunicación digital, era necesario contar con pasantes de la facultad de Comunicación, por lo que la asesora del proyecto Nahiara Morán se contactó con Andrea Cobos gestora de la facultad de Comunicación consultándole la posibilidad de incorporar pasantes de la universidad a La Vereda, por lo que mediante el contacto con Rodrigo Cisternas decano de la facultad se delimitó que las pasantías podían ser las comunitarias, debido al enfoque del proyecto y las horas. Por lo que, La Vereda se encuentra dentro de posibilidades de trabajo como pasantías comunitarias por parte de la facultad de Comunicación.

Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia

Los componentes de la matriz de marco lógico son:

1. Integrada La Vereda por un equipo base para manejo del medio y producción de contenido.
2. Promovida una representación favorable de historias diversas sobre las personas migradas de origen venezolano en la sociedad receptora.

Para alcanzar dichos objetivos se plantearon los siguientes indicadores:

Componente 1

1. Equipo base conformado por tres personas de origen venezolano y tres de origen ecuatoriano.

2. Estructura organizacional creada para el funcionamiento del equipo base.
3. 60% de asistencia lograda del equipo base a las capacitaciones brindadas.
4. 60% de participantes del taller de manejo de medio digital finalizaron la capacitación.
5. Nivel de satisfacción del 65% en los participantes que recibieron el taller de manejo del medio digital.
6. 70% de destrezas adquiridas por los participantes del taller de manejo de medio digital.

Componente 2

1. 39 piezas de contenido creadas para las redes sociales por La Vereda.
2. 20 entradas producidas por generadores de contenido capacitados para la página web.
3. Se logró un incremento en el tamaño de la comunidad, las interacciones y el alcance del 10% en redes sociales y página web respecto a los resultados del último mes de La Vereda 2020.
4. Se elaboró una estrategia de comunicación para La Vereda anclada al proyecto.
5. Una plataforma interactiva: documental social participativo producido por integrantes de la sociedad receptora y de la comunidad de personas migradas.

En esta sección, cada integrante del equipo interdisciplinario de La Vereda evalúa críticamente y desde los respectivos perfiles de su carrera las actividades correspondientes a los indicadores establecidos a continuación:

Primer componente

- Indicador 1-2: José Martínez
- Indicador 3-4: Fernando Chalén
- Indicador 5-6: Daleskha Candel

Segundo componente

- Indicador 1-2: Denisse Andrade

- Indicador 3: Carlos Cedeño
- Indicador 4-5: Daniela González

*Análisis e interpretación crítica de la experiencia de Gestión de Talento Humano del
proyecto La Vereda.*

Integrante responsable. Martínez Mendoza José Alfredo

Carrera. Gestión de Recursos Humanos

**Actividad a Evaluar: Reclutamiento de lxs integrantes del equipo base del medio de
comunicación digital La Vereda**

Objetivo de evaluación

Detallar la cantidad de integrantes que posee el equipo base de La Vereda para el manejo del medio.

Indicador de evaluación

Dentro del primer componente, el indicador número uno establece: equipo base conformado por tres personas de origen ecuatoriano y tres personas de origen venezolano.

Metodología de Evaluación

1. Descripción del proceso de reclutamiento de lxs integrantes del equipo base.

La conformación del equipo base para manejo del medio de comunicación, digital, e intercultural de La Vereda, inició como se mencionó anteriormente con el reclutamiento de lxs integrantes mediante un diálogo activo con las organizaciones no gubernamentales aliadas

a La Vereda, en el cual en los diálogos se les presentó la propuesta de constituir un equipo de trabajo para manejar el medio. Principalmente, se decidió colaborar con la organización HIAS y El Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos (CDH), con el fin de reclutar a tres personas de origen venezolano y tres personas de origen ecuatoriano conformando así un equipo intercultural para el manejo del medio La Vereda.

El propósito de contactar a HIAS fue para acceder a su base de datos de lxs participantes que culminaron la capacitación ofrecida por La Vereda 2020, en el taller de “creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida”. Al acceder a la base de datos de lxs beneficiarios de HIAS, se contactó vía mensajería instantánea a cada uno de lxs participantes y se logró reclutar a una de ellas quien es de origen venezolano.

Asimismo, gracias al acercamiento con CDH se consiguió que tres miembros de la Red de Defensoras y Defensores de Derechos Humanos (RDDH) deseen participar dentro del equipo base de La Vereda, y a su vez el director técnico de la estrategia comunitaria de CDH quien brinda acompañamiento a sus representantes. Además, se decidió reclutar a una de las participantes que se capacitaron en la presente edición del proyecto de La Vereda 2021, en modalidad MOOC, debido al interés que poseía de continuar colaborando con el medio.

Como previamente se mencionó la idea fue tener un equipo intercultural equitativo en cuanto a la cantidad de integrantes de origen venezolano y ecuatoriano, sin embargo, durante el proceso de reclutamiento existió mayor interés de las personas venezolanas que se encuentran en Guayaquil de formar parte de La Vereda. Posiblemente debido a una mayor identificación con el objetivo del medio, el cual es visibilizar las historias diversas de la comunidad venezolana que se sitúa en Ecuador.

Luego, de un mes y medio de conformado el grupo, y de haber recibido las capacitaciones que se ofrecieron, una de las integrantes del equipo base quien pertenece a CDH, decidió no continuar debido a la falta de tiempo que poseía para colaborar en el medio.

Quedando así cuatro integrantes quienes conforman el equipo base, más el acompañamiento constante del director técnico de CDH, para el manejo del medio digital de La Vereda.

Técnica de Evaluación: Número total de integrantes que conforman el equipo base

En total el equipo base de La Vereda está conformado por cinco integrantes, cuatro de origen venezolano y uno de origen ecuatoriano.

Herramienta de evaluación: Sistematización de base de datos de los integrantes del equipo base en tabla de excel

Con la finalidad de especificar la cantidad de integrantes que posee el equipo base y su nacionalidad, se ha realizado una tabla precisando dicha información para evidenciar la integración del equipo al medio La Vereda.

Tabla 3

Base de datos integrantes de La Vereda

Nombre	Apellido	Nacionalidad	Organización a la que pertenece
Nelly	García	Venezolana	-
Yolimar	Peña	Venezolana	HIAS
Daimara	Díaz	Venezolana	CDH
Andreina	Gutiérrez	Venezolana	CDH
Johnny	Molina	Ecuatoriano	CDH

Nota. Base de datos de los integrantes que conforman el equipo base, con la especificación de la nacionalidad y organización a la que pertenecen

Resultados

Un total de cuatro personas de origen venezolano y uno de origen ecuatoriano conforman el equipo base para el manejo del medio digital de La Vereda.

Conclusión

La conformación del equipo base de La Vereda fue un proceso que en un inicio fue laborioso debido al establecimiento de vínculos que se debía desarrollar con las organizaciones no gubernamentales, mediante reuniones en las cuales se les debía presentar la propuesta. Además, de tener que recibir capacitaciones sobre aspectos psicosociales y temas de movilidad humana por parte de HIAS para acceder a su base de datos. Sin embargo, luego de ese proceso la conformación del equipo base fue ágil y se pudo iniciar con las capacitaciones. En el transcurso del trabajo colaborativo entre lxs integrantes del equipo base y lxs miembros del PAP La Vereda, como en toda gestión de coordinación de horarios y asistencias ha sido un desafío, porque cada uno de los integrantes del equipo base poseen sus propias ocupaciones las cuales les generan un sustento económico. Pero debido a la identificación que poseen los integrantes en su mayoría venezolanxs hacia el proyecto se ha permitido su sostenibilidad en el tiempo. Así mismo, la gestión del reclutamiento de los pasantes permite la diversificación de actividades por lo que lxs miembros del equipo base pueden dedicarse a sus actividades y al medio sin que éste les genere una carga de trabajo.

Actividad a evaluar: Creación de estructura organizacional para el funcionamiento interno del equipo base

Objetivo de evaluación

Medir si se logró crear una estructura organizacional con enfoque horizontal para el funcionamiento interno del equipo base.

Indicador de evaluación

Estructura organizacional creada para el funcionamiento del equipo base.

Medio de verificación

Este indicador será evaluado mediante la creación del manual de la estructura organizacional, trabajado mediante un enfoque horizontal.

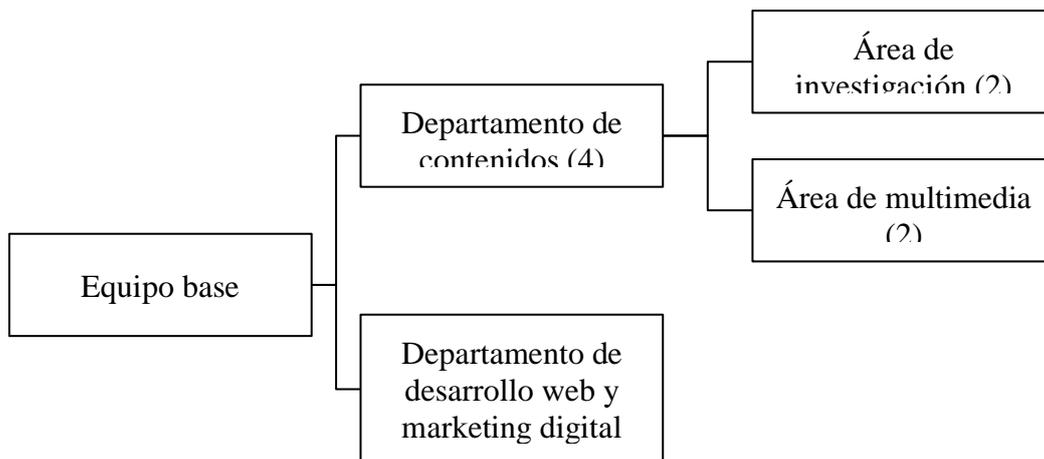
Metodología de evaluación

1. Elaboración de estructura organizacional del equipo base

Como segundo indicador del primer componente, para que el equipo base colabore dentro del medio, se creó la estructura organizacional para su funcionamiento interno. Siendo revisado y construido con el equipo base, otorgándole así un proceso horizontal a la elaboración de la estructura. En primera instancia se identificó la cantidad de integrantes que se necesitaban dentro del medio y sus cargos, para establecer la cantidad de talento humano necesario para cubrir las funciones requeridas en un medio de comunicación digital. Ante ello, este proceso fue elaborado mediante la metodología de búsqueda de referencias de medios de comunicación digitales, por lo que se identificó que los roles imprescindibles eran: reporteros, editor audiovisual, diseñador gráfico, diseñador web y community manager. Quienes fueron estructurados en los siguientes departamentos para la línea de trabajo.

Gráfico 1

Organigrama horizontal por departamentos



Nota. Visualización del organigrama horizontal por departamentos de trabajo del equipo base

El organigrama por departamentos de trabajo fue modificado al momento en que una de las integrantes del equipo base decidió no continuar con el proyecto, por lo tanto, lo que en primera instancia se tenía previsto con la participación de seis colaboradores tuvo su variación con el fin de generar eficiencia dentro del equipo. Por lo que se unió el rol del diseñador web con el del community manager, debido a que la única función del diseñador web es subir el contenido a la página web de La Vereda, así mismo, este rol lo podrá cumplir cualquier integrante del equipo, ya que se les dejó un manual explicando el paso a paso de cómo subir contenido a la página.

Siendo delimitado el organigrama por departamentos de trabajo, se estableció la estructura organizacional por cargos, teniendo en cuenta que todos los roles son igual de relevantes para que el medio funcione de manera óptima. Y a su vez se fijaron las funciones que abordarán los integrantes de acuerdo al rol asignado.

Gráfico 2

Organigrama horizontal por cargos

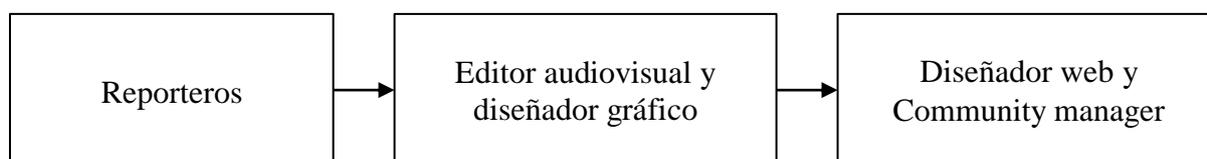


Tabla 4

Manual de funciones

Cargo	Funciones
<p>Reportero: será la persona encargada de generar contenido creativo y las noticias para socializar en los diferentes medios de comunicación digital de “La Vereda”.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Elaborar hechos noticiosos o de opinión.● Manejar y procesar información.● Desempeñar funciones de reportero y fotógrafo.● Trabajar en equipo en áreas de campo y teletrabajo.● Elaborar la planificación y ejecución del contenido creativo.
<p>Editor audiovisual: responsable de la edición, pre producción y post producción de los videos del medio de comunicación digital.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Manejo de programas de edición de videos.● Ser creativo y productivo.● Manejo de cámaras y videos.
<p>Diseñador gráfico: tiene como misión crear imágenes que acompañen al texto, brindándole una entidad visual. Convirtiendo un texto en un mensaje visual y artístico en todas sus facetas.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Crear imágenes para ilustrar un concepto o un producto, con el objetivo de comunicar un mensaje.● Conocimientos en manejo de canva.
<p>Diseñador web: se encarga de publicar contenido digital en la página oficial de “La Vereda”.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Manejo de la plataforma web de La Vereda.● Edición de la plataforma web de La Vereda.

Community manager: es responsable de mantener activas las redes sociales de los canales de comunicación externos del medio de comunicación digital “La Vereda”

- Ser creativo, manejar buena ortografía y redacción.
- Capacidad para trabajar en equipo y realizar diferentes funciones a la vez.
- Conocimiento de redes sociales.
- Crear cronograma de posteos y publicación de videos.

Nota. Especificación de funciones por cargo del equipo base.

Después de especificar las funciones que se requieren dentro de un medio de comunicación digital, se elaboró el proceso de la toma de decisiones, tomando como partida el tipo de toma de decisión según su método, debido a que los eventos que puedan suscitarse en este medio de comunicación, surgen de manera imprevista. Recalcando que cada colaborador está capacitado para tomar una decisión en caso de alguna eventualidad, pero siguiendo el proceso del flujo de la toma de decisiones, en donde en primera instancia se considera la voluntad de tomar la decisión, luego se estudian las posibles alternativas para solucionar las eventualidades presentadas, después, se realiza una selección racional identificando cuál es la mejor alternativa. Posterior a eso se comunica de manera general a todos lxs miembros del equipo sobre la mejor alternativa que se seleccionó, y por último se evalúa el impacto de la decisión tomada, revisando las posibilidades de cambio en cualquier aspecto de la decisión que genere elementos negativos.

Asimismo, se creó la misión y visión del equipo base, con el fin de que el grupo tenga claro la razón de ser y el objetivo al que el medio se ha propuesto llegar. Además, se establecieron los valores con los cuales el equipo y el medio se sienten identificados. La misión que se delimitó fue: “somos un equipo de comunicación que gestiona y mantiene el medio de comunicación digital comunitario de La Vereda con el fin de visibilizar historias

diversas de la comunidad de migrantes venezolanxs en Guayaquil”. Como misión se estableció: “consolidarnos como el medio de comunicación digital comunitario referente a la visibilización de la movilidad humana de migrantes venezolanxs en el Ecuador”. Por último, los valores identificados para el equipo base fueron: pasión, compromiso, esfuerzo, honestidad, creatividad y trabajo en equipo.

Luego de constituir la misión, visión y los valores del medio, se creó la cultura organizacional bajo cuatro pilares que la conforman, entre los cuales están: equipo comprometido, comunicación participativa, fomentar un ambiente conversacional y vivir los valores organizacionales. Estos pilares fueron establecidos para que cada integrante del equipo base fomente la cultura organizacional de forma exitosa. Por consiguiente, si se contaba con la cultura, era necesario establecer el clima organizacional la cual se planteó mediante la teoría de Bowers & Taylor (1970), en el cual se mide el clima organizacional en función de cinco dimensiones, las cuales son: apertura a los cambios tecnológicos, recursos humanos, comunicación, motivación y toma de decisiones. A su vez, se especificaron los canales de comunicación interna, que facilitan la socialización de los mensajes, y así mantenerse informados entre el equipo de trabajo.

Tabla 5

Canales de comunicación interna

Herramientas de comunicación interna	Detalles del medio de comunicación	Periodicidad
Emails	Se desarrolla con el objetivo de mantener informado al equipo de trabajo sobre las situaciones de los temas a tratar de forma oportuna y ágil.	Cuando sea requerido

Eventos corporativos y/o festejos	Se realizan con el objetivo de aumentar el sentido de pertenencia de los colaboradores y se gestiona para impulsar la comunicación entre los equipos.	Mensual
Grupos de WhatsApp	Se utiliza exclusivamente para tratar temas de toma de decisiones y consultas generales	A diario
Reuniones de trabajo online	Se desarrollan con la finalidad de aprobar contenido en general del equipo investigativo y brindar consultas varias.	Una vez por semana

Nota. Tabla de los canales de comunicación del equipo base con la especificación de la utilidad y periodicidad.

Teniendo en cuenta un enfoque horizontal, en conjunto con el equipo base, se elaboró el manual de convivencia mediante una metodología participativa. Como herramienta de construcción se utilizó la pizarra digital colaborativa “Jamboard”, la cual posee características de una pizarra tradicional, solo que está adaptada al entorno digital. El objetivo de la sesión fue establecer a través de una acción participativa, entre los y las integrantes del proyecto La Vereda y el equipo base un manual de convivencia con el fin de promover un ambiente adecuado para el transcurso del desarrollo del proyecto. Entre los puntos que se abordaron en el desarrollo del manual se encontraban las normas, responsabilidades y principios que se debían tener por parte de lxs integrantes del equipo hacia el medio de comunicación digital de “La Vereda”, también de las y los integrantes del equipo con sus mismos compañerxs de trabajo y lo que se debe evitar para una sana convivencia en el equipo.

Técnica de Evaluación: Manual de estructura organizacional del equipo base

Dentro de la estructura organizacional del equipo base se logró establecer el organigrama horizontal por departamentos de trabajo, organigrama horizontal por cargos, proceso de la toma de decisiones, misión, visión, valores, cultura organizacional, clima organizacional y canales de comunicación interna (ver Anexo 9).

Herramientas: reuniones vía Zoom y pizarra colaborativa Jamboard

Con la finalidad de tener delimitado la estructura organizacional del equipo base, se colaboró en sesiones vía zoom para la construcción del mismo, además, para la elaboración del manual de convivencia se trabajó mediante la herramienta Jamboard, con el fin de poder establecer una dinámica participativa de creación con lxs integrantes del equipo base.

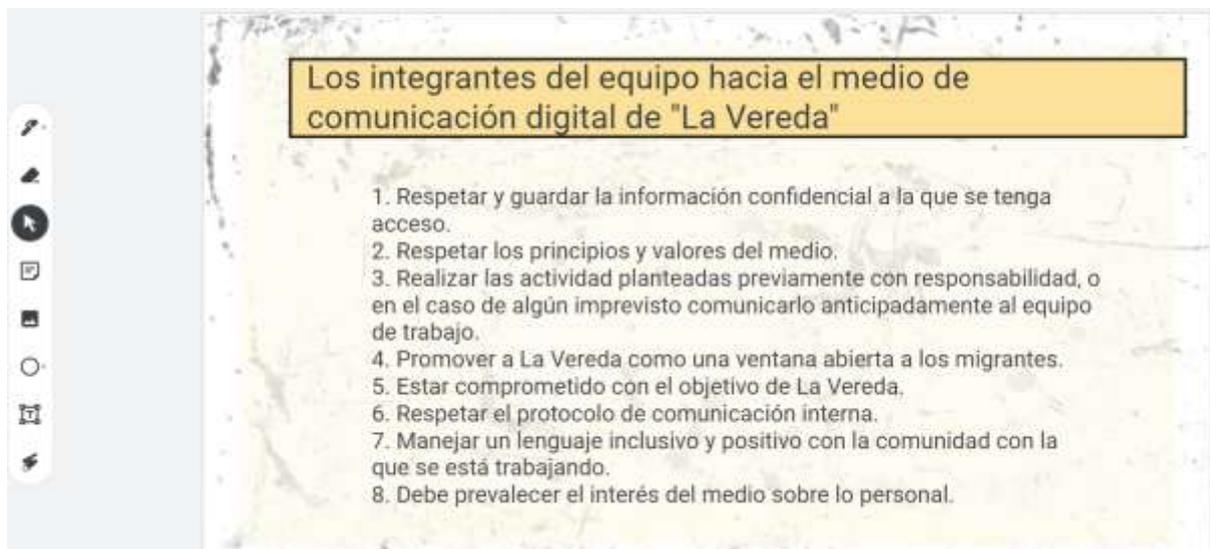


Figura 2. Manual de convivencia elaborado en Jamboard

Nota. Manual de convivencia elaborado mediante la herramienta Jamboard, en conjunto con el equipo base.

Conclusión

La construcción del manual de convivencia fue basado en un proceso colaborativo, lo cual permitió que se desarrollara bajo un enfoque horizontal con lxs participantes del equipo

base, siendo este uno de los principios de los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP). La estructura en cuanto con el organigrama estuvo sujeto a cambios debido a la salida de una de las integrantes que conformaba el equipo base, lo que originó una reestructuración en cuanto a los roles que cada uno de los integrantes asumió.

Perfil de carrera y evaluación de componente

Desde la carrera de Recursos Humanos se pudo aportar de diferentes formas en el proyecto, en primera instancia se pudo aplicar el subsistema de desarrollo y organización del trabajo, mediante el establecimiento de la estructura organizacional para el funcionamiento interno del equipo base. Los elementos que la conforman como organigramas, misión, visión, valores, cultura organizacional, clima organizacional, etc., fueron aprendidos durante el transcurso de las diversas materias recibidas en la universidad y las cuales contribuyeron a poder desarrollar una estructura horizontal para el equipo base del medio de comunicación digital de La Vereda.

Otro subsistema de Recursos Humanos presente dentro del proyecto fue el de reclutamiento y selección. El cual fue desarrollado mediante el trabajo en grupo, existiendo tres instancias en las cuales se necesitó reclutar a las integrantes del equipo base, esas tres instancias fueron los acercamientos que se tuvo con la organización HIAS, CDH y por último, con las personas capacitadas en el “taller de creación y difusión de contenidos digital y narrativas de historias de vida” de la presente edición. Posterior al reclutamiento de los y las integrantes y dentro del subsistema de selección, se pudo aplicar la fase de inducción, en el cual se les brindó la información necesaria sobre el proyecto de La Vereda y el objetivo de la conformación del equipo base. Este módulo tuvo que ser dado en dos sesiones diferentes debido a que en el primero asistieron únicamente tres de las integrantes, y al ser importante la presencia de todxs se tuvo que coordinar otra sesión con lxs integrantes restantes.

El módulo de inducción y los demás que se le ofrecieron a lxs integrantes del equipo base, permitieron poner en práctica los conocimientos relacionados a capacitación, en conjunto con lxs demás miembros del equipo de estudiantes del proyecto se diseñaron los talleres mediante el enfoque pedagógico de diseño inverso, lo cual permitió identificar el contenido idóneo para que lxs integrantes del equipo base puedan manejar el medio de comunicación digital de La Vereda.

Entre todos y todas lxs integrantes del proyecto se pudo desarrollar eficiencia en las actividades elaboradas, en ciertas instancias existió la delegación de responsabilidades y en otras la colaboración en conjunto, de acuerdo al perfil de cada uno. Asimismo, se produjeron espacios de trabajo con el equipo base, permitiendo horizontalidad al proyecto, ya que provienen de la comunidad al que el proyecto se enfoca.

*Análisis e interpretación crítica de la experiencia de diseño e implementación del curso de
manejo de medios digitales*

Integrante responsable. Chalén Basantes Fernando Efraín

Carrera. Periodismo

Actividad a evaluar: Planificación y desarrollo de la estructura y capacitación al equipo base y su nivel de asistencia a las capacitaciones

Objetivo de evaluación

Medir si se logró crear una planificación y módulos eficientes para capacitar al equipo base en el manejo de un medio digital comunitario e intercultural, así como el nivel de asistencia de los integrantes del equipo base a las capacitaciones.

Indicador de evaluación

Los propios módulos otorgados al equipo base y porcentaje alcanzado de un 60% de asistencia de los miembros del equipo base a las capacitaciones.

Medio de verificación

Este indicador será evaluado mediante la comparación entre planificación de capacitaciones y capacitaciones otorgadas. Mientras que la asistencia se verificará con el registro llevado durante las capacitaciones.

El equipo del PAP La Vereda 2021, buscó dejar establecido un grupo que pueda mantener el medio activo y funcionando una vez estos culminen sus funciones y no puedan continuar con el proyecto. Esta meta surgió en cuanto se analizó como el medio quedó inactivo por meses, después de que el equipo de La Vereda de 2020, culminó sus funciones al titularizarse, lo cual provocó una pérdida en lxs seguidores ya obtenidos durante ese periodo, que se recuperaron lentamente, después de reactivar las redes sociales del medio, durante el año 2021.

El objetivo de estas capacitaciones fue poder dejar un equipo base preparado en todas las áreas necesarias para poder manejar de forma autónoma el medio de comunicación, a partir de un abordaje comunitario. Debido al limitado tiempo se eligieron las áreas que se consideraron más importantes para poder cumplir con las respectivas funciones dentro del medio. Se impartieron módulos de periodismo, financiamiento, diseño gráfico, manejo de redes sociales y producción audiovisual, siendo estos los conocimientos que fueron considerados necesarios para que el equipo pueda manejar el medio por cuenta propia.

Las razones por las que se consideró cada una de estas áreas de aprendizaje fueron las siguientes:

En primer lugar, se realizó un módulo de introducción a La Vereda como medio comunitario y digital, con la finalidad de explicarles a los integrantes del equipo base todo lo relacionado al concepto y los valores del medio, cómo se maneja este, la estructura organizacional, y lo necesario para que ellos comprendan su rol dentro de este equipo y el objetivo del proyecto. El objetivo principal de este módulo fue desarrollar capacidades y reforzar conocimientos en los miembros del equipo base para manejo del medio digital de La Vereda a partir de un abordaje comunitario.

El módulo de fundamentos del periodismo fue planificado por las evidentes razones de que al manejar un medio de comunicación sus integrantes deben tener las nociones básicas de cómo crear productos periodísticos para su posterior publicación en el mismo. El objetivo principal fue generar conocimientos básicos en la esfera periodística, para que así los participantes puedan crear contenido para el medio de comunicación digital de La Vereda. Se quería que al terminar el módulo los participantes puedan estructurar piezas periodísticas, realizar investigaciones, verificación de datos y que sean capaces de desarrollarlo, con un enfoque en derechos humanos, debido a que es un factor que no suele estar presente en los medios locales.



Imagen 1. Registro fotográfico de la capacitación sobre fundamentos de periodismo

El módulo de planificación de proyectos se planificó con la intención de brindarles las herramientas necesarias a los miembros del equipo para poder sostener económicamente el medio. En un principio, fue un módulo que se diseñó con el objetivo de capacitar al equipo en aplicación a auspicios para la sostenibilidad del medio. Sin embargo, al ser un medio comunitario, se comprendió que las fortalezas y posibilidades de financiamiento se orientaban más al trabajo vinculado con organizaciones de la sociedad civil. Por esa razón, se decidió darle un giro a este módulo y enfocarse más en la aplicación a fondos de organizaciones no gubernamentales y planificación de proyectos.



Imagen 2. Registro fotográfico del módulo de planificación de proyectos

El módulo de diseño gráfico fue planificado con la intención de que los y las integrantes del equipo tengan nociones de esto último y puedan manejar programas de diseño para los artículos, videos o cualquier otro tipo de material que se vaya a publicar, e incluso llegar a rediseñar la página, logos u otros implementos de la línea gráfica del medio, de llegar a ser necesario. El objetivo era que lxs participantes obtengan destrezas necesarias como el manejo de plataformas de diseño y diagramación. Se quería lograrlo forjando estas habilidades junto con destrezas blandas como proactividad, creatividad y compromiso.



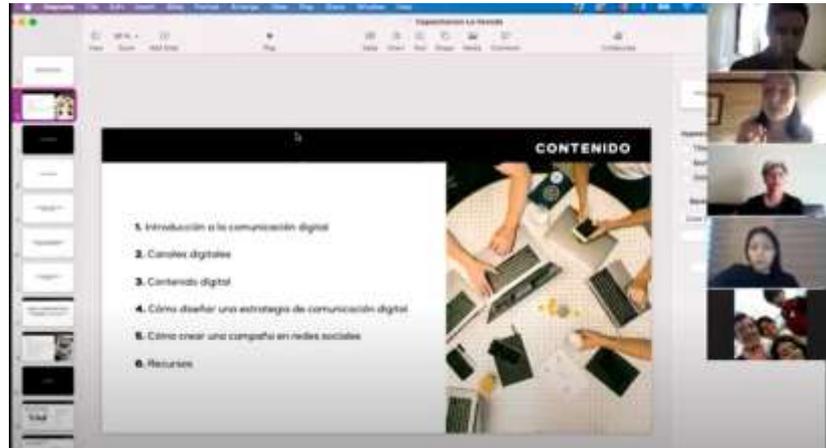
Imagen 3. Registro fotográfico del módulo de diseño gráfico.



Imagen 4. Registro fotográfico de lxs asistentes

El módulo de manejo de redes sociales, como lo implica el mismo título, fue planificado con la intención de que los integrantes del equipo puedan comprender cómo deben llevar las redes del medio, así como qué acciones les pueden ayudar a que se visualice su contenido y puedan destacarse, desarrollando conocimientos orientados al manejo de las redes sociales de La Vereda, con el fin de que los participantes puedan hacer uso de las diversas plataformas que posee el medio. El mayor reto fue que ellxs lograran ser capaces de

elaborar un cronograma con el contenido para cada red social y comprender la comunicación



digital

Imagen 5. Registro fotográfico del módulo de manejo de redes sociales

El módulo de producción audiovisual se planificó con la intención de que los integrantes del equipo conozcan del manejo de equipos audiovisuales y puedan generar su propio contenido que subir al medio. Se quería que cada participante reconozca los pasos a seguir dentro de una producción audiovisual y aprendan a grabar y editar su propio material audiovisual, identificando planos y formatos. Por supuesto, esta fue diseñada de modo que pudiese adaptarse a diversas condiciones y acceso a herramientas por lo que se enfocó en la grabación y edición desde celulares.



Imagen 6. Registro fotográfico del módulo de producción audiovisual

Para poder impartir esta capacitación, se buscó a profesionales en cada una de estas áreas (ver Anexo 10) que pudieran impartir los módulos a su vez que estos fueran docentes para poder dar a comprender su contenido de una manera eficiente para personas que tal vez no hayan tenido un mayor acercamiento a estos temas. Igualmente los miembros del equipo PAP de La Vereda trataron de ayudar desde su conocimiento como estudiantes de algunas de las ramas relacionadas con los módulos, ya sea en el acompañamiento a los miembros del equipo base, así como en asesoramiento sobre qué temas deberían tratarse con mayor énfasis, hacia los docentes.

Dependiendo del grado de complejidad u otros elementos externos, algunas de estas capacitaciones fueron hechas de forma presencial en las instalaciones de la Universidad Casa Grande.

Aunque las capacitaciones en general fueron comprendidas y aplicadas rápidamente por los participantes, los módulos de diseño gráfico y principalmente el de periodismo, dejaron muchos vacíos en los participantes de los mismos, razón por la cual se tuvieron que crear capacitaciones adicionales en estos campos, para reforzar lo aprendido. Sin dejar de

mencionar las limitaciones de tiempo y cómo por ello no se pueden abarcar todos los temas necesarios en estos ámbitos. Estos refuerzos a las capacitaciones no pudieron ser ofrecidos hasta algún tiempo después, debido al apretado cronograma que se tenía y a las limitaciones de tiempo del equipo base.

El plan original tuvo algunos cambios, principalmente porque en algunas ocasiones la disponibilidad de tiempo de los facilitadores o los participantes fue fluctuante, lo cual provocó algunos cambios en el cronograma que fueron creados por el grupo PAP La Vereda (ver Anexo 11), o directamente el reemplazo de los docentes que dictarían el módulo, lo cual provocó que en algunas ocasiones los módulos tuvieran mucha distancia en los tiempos transcurridos entre uno y otro. Esto brindó una gran enseñanza en la planificación de los módulos y la coordinación con los capacitadores de los mismos.

La predisposición del equipo base fue excelente, incluso aunque no hubo un cien por ciento de participación en todos los módulos, siempre existió un interés por su parte de no perderse el contenido, pidiendo las grabaciones de las capacitaciones a las que no pudieron asistir. En la mayoría de las capacitaciones, se pudo apreciar satisfacción por los conocimientos adquiridos.

En cuanto a la asistencia del equipo base, inicialmente se propuso que se lograría al menos un 60% de asistencia a las capacitaciones brindadas, pero se logró un 75% de asistencia.

Igualmente, se propuso que un 60% de participantes del taller de manejo del medio digital finalizaron la capacitación, mientras que aunque no existió una asistencia total en todas las capacitaciones, el 100% de los participantes se ha mantenido en el equipo base y preguntaron por los módulos a los que no pudieron asistir y los vieron posteriormente, ya que estos fueron grabados, al menos los que se hicieron de manera virtual.

Conclusión

La planeación y de desarrollo de los módulos del curso de manejo de medios digitales, se llevó a cabo de manera eficiente, pese a los diversos contratiempos que se presentaron e interrumpieron el cronograma de trabajo, así como la implementación de los módulos de refuerzo, que no fueron previstos en la planeación original, pero que se pudieron adaptar a los cambios del cronograma, para evitar que los integrantes tengan deficiencias en los conocimientos que debían adquirir para poder manejar el medio digital. Así como se superaron las expectativas que se tuvo inicialmente en cuanto a la asistencia e interés que mantuvieron los miembros del equipo base por asistir a las capacitaciones y cómo se han mantenido en su totalidad de integrantes, dentro del medio.

Perfil de carrera y evaluación de componente

Desde la carrera de periodismo se pudo colaborar de varias formas para poder empezar la planificación de los diferentes talleres, debido a que había una noción previa sobre cómo funciona un medio y qué conocimientos y habilidades se necesitan para trabajar en él y mantenerlo. Hubo un acompañamiento hacia los temas planteados en los talleres y cómo estos podrían ser enfocados hacia la visión de un medio de comunicación periodístico.

Se tuvo un especial énfasis en los módulos de fundamentos de periodismo, donde además de contar con la docente encargada en el tema, hubo un mayor involucramiento hacia la planificación de los temas que debían tratarse, dentro de los mismos. Así como la planeación de dos talleres adicionales para reforzar los conocimientos adquiridos, debido a que se consideró, de manera posterior, que un solo módulo no bastaría para abarcar los temas que se necesitarían saber para poder llevar adecuadamente la labor periodística dentro del medio.

Dentro de los resultados del componente, se pudo apreciar un interés y un buen nivel de comprensión de los temas tratados en los módulos, por parte del equipo base, incluyendo los módulos que llegaron a necesitar clases de refuerzo complementarias. Incluso, aunque la asistencia no fuera total en todos los talleres, se aprecia cómo los miembros del equipo base se mantuvieron atentos a la información complementaria y revisaron el contenido grabado de las capacitaciones virtuales a las que no pudieron asistir.

Evaluación del nivel de satisfacción y aprendizaje de las y los participantes del curso de manejo de medios digital

Integrante responsable. Candel Sarmiento Daleskha Paola

Carrera. Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Evaluación del nivel de satisfacción de las y los participantes del equipo base

Después de que las capacitaciones concluyeron, se procedió a realizar una evaluación de la satisfacción que las y los participantes del equipo base habían tenido respecto a su proceso educativo.

Objetivo de evaluación

Conocer el nivel de satisfacción de las y los participantes que conforman el equipo base.

Indicador de evaluación

Nivel de satisfacción del 65% en los participantes que recibieron el taller de manejo del medio digital.

Medio de verificación

El indicador será evaluado a partir de las respuestas recibidas del formulario de evaluación de satisfacción socializado con las y los participantes del equipo base.

Metodología de evaluación

Desarrollar la herramienta de medición requirió la aplicación de uno de los métodos de validación basado en expertos denominado Panel de Evaluación de Contenido propuesto por Lawshe (1975). El método conocido como Panel de Evaluación de Contenido consiste en la evaluación individual de los ítems de un test por parte de un grupo de expertos en la materia (Pedrosa, Suárez-Álvarez y Garcia-Cueto, 2013). Estos expertos son los encargados de especificar si un ítem es necesario para operacionalizar un constructo dentro de un grupo de ítems o no. Para este fin se les solicita puntuar cada ítem de 1 a 3 con un rango respectivo entre “no necesario, útil pero no esencial, esencial” (Zamanzadeh et als., 2015). La Razón de Validez de Contenido (RVC, Coefficient Validity Ratio en inglés) determina qué ítems del instrumento son adecuados y deben mantenerse en la versión final del mismo. La RVC varía entre 1 y -1 y mientras más elevado sea el puntaje, mayor acuerdo existe entre los miembros del panel sobre la necesidad de un ítem en el instrumento. La fórmula para calcular la RCV es la siguiente:

$$RVC = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{\sum_{i=1}^n x_i^2}$$

Dentro de la ecuación $\sum_{i=1}^n$ es el número de panelistas que indican un ítem como esencial, mientras $\sum_{i=1}^n$ es el número de panelistas. A partir de las valoraciones, se optó por un panel de 10 expertos y utilizando el método sugerido de Lawshe (1975) el valor mínimo de razón de validez de contenido (VCR) debe ser 0.62. Este valor numérico de la razón de validez de contenido está determinado por la tabla de Lawshe. Solamente los ítems con valores de VCR que alcancen los valores mínimos presentados en la tabla pueden ser aceptados en la versión final del test.

Tabla . 6

Valores mínimos de número de panelistas y VCR.

Prueba de una cola $p=0,5$

Número de panelistas	Valor mínimo
5	0.99
6	0.99
7	0.99
8	0.75
9	0.78
10	0.62
11	0.59
12	0.56
13	0.54
14	0.51
15	0.49
20	0.42
25	0.37
30	0.33
35	0.31
40	0.29

Nota. Tomado de Lawshe (1975), A quantitative approach to content validity.

El abordaje descrito utiliza un panel de evaluación de contenido compuesto de personas conocedoras y expertas en el tema. Los mejores resultados se han obtenido cuando el panel está compuesto por igual número de titulares y supervisores. Utilizar sujetos del grupo objetivo como parte del grupo de expertos permite asegurar que la población para la que se está elaborando el instrumento está siendo representada⁶.

Finalmente, se calcula el Índice de Validez de Contenido (IVC, Content Validity Index en inglés) para el instrumento en su conjunto, el cual no es más que un promedio de la

⁶ Rubio DM, Berg-Weger M, Tebb SS, Lee ES, Rauch S. Objectifying content validity: Conducting a content validity study in social work research. *Social Work Research*. 2003;27(2):94–104. doi: 10.1093/swr/27.2.94.

validez de contenido de todos los ítems seleccionados en el paso previo (Pedrosa, Suárez-Álvarez y Garcia-Cueto, 2013). En cuanto a la interpretación de este índice, existen dos tendencias en función de que se adopte un criterio más o menos flexible. Así, por un lado, es posible interpretarlo bien a nivel de significación estadística, teniendo que ser el IVC superior a una probabilidad asociada de 0.05 (Lynn, 1986) o bien, como propone Davis (1992), interpretando directamente el índice obtenido y teniendo que ser superior a 0,80 para definir el conjunto de ítems como adecuado.

Para poder realizar esta evaluación el primer paso fue diseñar el instrumento de medición. El primer paso consistió en levantar un banco de 15 preguntas referentes a los módulos de las capacitaciones abordadas. El segundo paso fue definir la cantidad de personas que incluirá el panel de expertos y quienes lo conforman.

Dada la coyuntura se concluyó que lo más apropiado era realizar el test a los docentes en formato digital, para esto se decidió utilizar el software Google Forms. Después se les hizo llegar el test para que puntuaran cada ítem de uno a tres con un rango respectivo entre “no necesario, útil pero no esencial, esencial. A partir de las valoraciones, inicialmente se había optado por un panel de diez expertos y utilizando la tabla de Lawshe se determinó que el valor mínimo de razón de validez de contenido (VCR) debía ser 0.62. Debido a la proximidad se optó por docentes de la Universidad Casa Grande que estén vinculados con la unidad de titulación.

La disponibilidad de los y las docentes era escasa, por lo que, recibir las respuestas fue un proceso que tomó tres semanas. No se podía continuar prolongando la espera así que se decidió reducir la cantidad de expertos de diez a nueve. Después de tener las respuestas completa se aplicó la fórmula y se tabularon los datos, dando como resultado lo siguiente:

Tabla 7.

Resultados de la aplicación del método de panel

Preguntas	$\square \square$	RVC
1	8	0,78
2	8	0,78
3	5	0,11
4	7	0,55
5	4	-0,11
6	7	0,55
7	8	0,78
8	4	-0,11
9	6	0,33
10	5	0,11
11	6	0,33
12	7	0,55
13	3	-0,33
14	5	0,11
15	8	0,78

Nota. Elaboración propia

De las 15 preguntas propuestas la RVC fue negativa para tres ítems lo que significa que existía un fuerte consenso entre los miembros del panel de que no eran necesarios. Por otro lado después de tabular los datos las siguientes preguntas que van al cuestionario

1. ¿Consideras que lograste los objetivos de las capacitaciones?
2. Considero que mis expectativas de aprendizaje fueron satisfechas con este curso
3. Comprendo cómo elaborar contenido periodístico con la línea editorial del medio La Vereda.
4. Entiendo los procesos que debo seguir para planificar un proyecto que me permita aplicar a fondos de distintas organizaciones de la sociedad civil.

Técnica de evaluación

El formulario que se le presentó a las y los participantes del equipo base fue elaborado a través de Google Forms y constó de las preguntas previamente señaladas. Las opciones de

respuesta establecieron distintos niveles usando una escala de Likert. Las preguntas tomaron como referencia una escala del 1 al 5 donde 1 representa ‘totalmente en desacuerdo’ y 5 ‘totalmente de acuerdo’. Antes de enviarles el cuestionario se les informó a las y los participantes de que su uso era para fines académicos y de la anonimidad del mismo.

Posteriormente se procedió a enviarles el formulario vía mensajería instantánea a través del grupo formado durante una de nuestras primeras reuniones virtuales. Uno de los aprendizajes que surgió de esta experiencia fue el conocer que resulta más efectivo enviar el link de manera directa a cada uno de las y los integrantes del equipo.

Herramienta de evaluación

Con el fin de especificar los resultados de la encuesta se procedió a graficar sus respuestas a las cuatro preguntas determinadas. En la primera pregunta tenemos

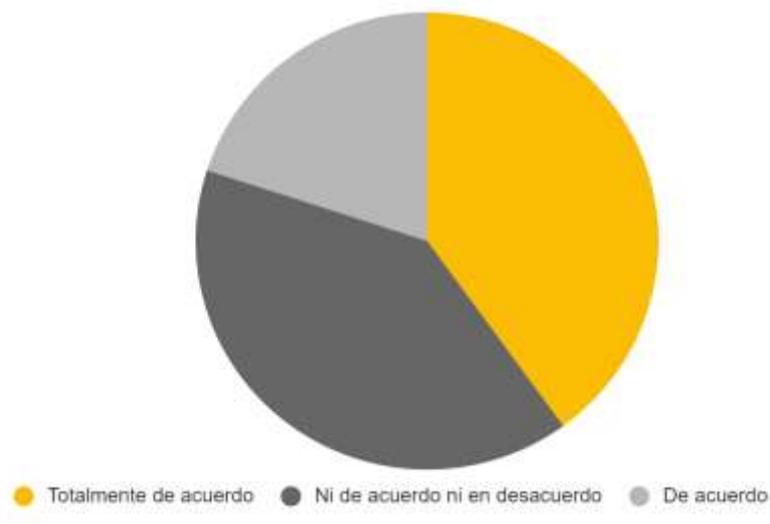


Figura 3. Pregunta 1: ¿Consideras que lograste los objetivos de las capacitaciones?

Frente a la pregunta sobre objetivos logrados, un 40% manifestó estar totalmente de acuerdo, el otro 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente el 20% manifestó estar de acuerdo.

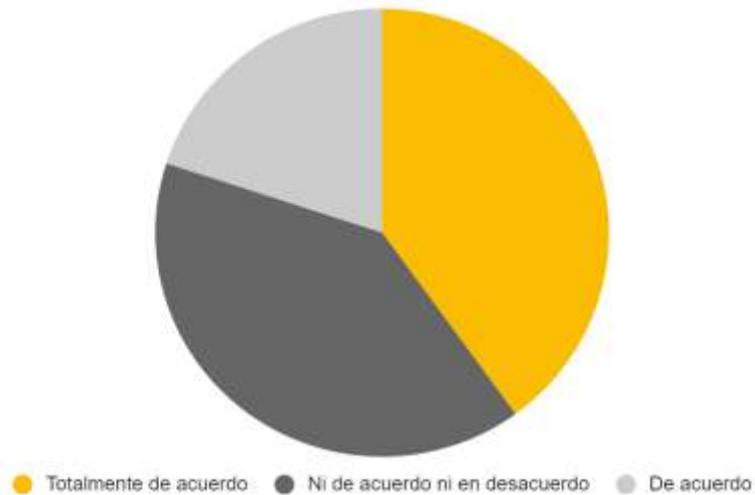


Figura 4. Pregunta 2: considero que mis expectativas de aprendizaje fueron satisfechas con este curso

Frente a la pregunta sobre expectativas satisfechas un 40% manifestó estar totalmente de acuerdo, un 40% ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 20% restante señaló estar de acuerdo.

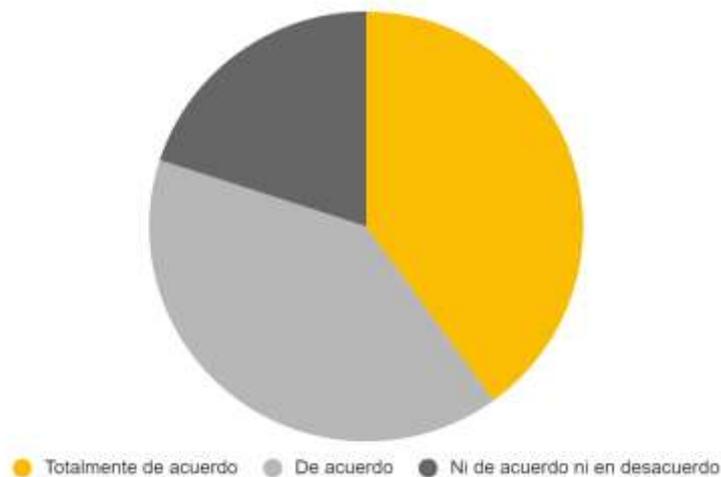


Figura 5. Pregunta 3: Comprendo cómo elaborar contenido periodístico con la línea editorial del medio La Vereda.

En la pregunta sobre los aprendizajes generados bajo la línea editorial de La Vereda mediante el taller de manejo de La Vereda, un 40% manifestó estar totalmente de acuerdo, el otro 40% manifestó estar de acuerdo y el 20% restante señaló estar ni en acuerdo ni en desacuerdo.

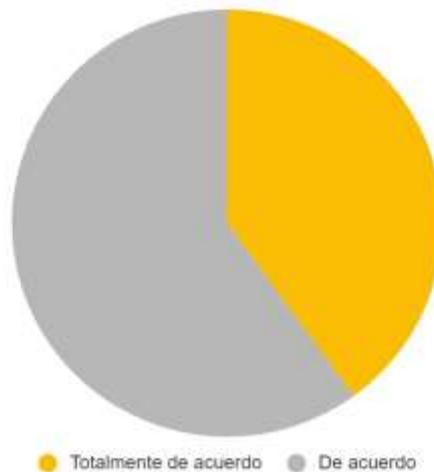


Figura 6. Pregunta 4: Entiendo los procesos que debo seguir para planificar un proyecto que me permita aplicar a fondos de distintas organizaciones de la sociedad civil.

En la pregunta sobre los aprendizajes generados a partir del módulo de planificación de proyectos, un 40% manifestó estar totalmente de acuerdo y un 60% de acuerdo.

Resultados

Se puede observar una tendencia clara que demuestra una satisfacción similar a la esperada. Las primeras dos preguntas sobre los objetivos alcanzados y expectativas cumplidas, señalan que en el 60% de los casos se cumplieron de forma visiblemente satisfactoria con ambos. Por otro lado, hay un 20% que se manifiesta ambivalente, pero no declara un incumplimiento de sus expectativas. En las otras dos preguntas restantes, la tendencia aumenta. Enfatizando que las capacidades desarrolladas y reforzadas a partir del módulo de planificación de proyectos son aquellas con las que las y los participantes se sienten más seguros.

Evaluación de aprendizaje de los y las participantes del equipo base

Objetivo de evaluación

Conocer los aprendizajes adquiridos en las y los participantes del equipo base a partir de los módulos de capacitación diseñados y ejecutados para lograr su manejo del medio de comunicación La Vereda.

Indicador de evaluación

Se había planteado como indicador alcanzar un 70% de destrezas adquiridas por los participantes del taller de manejo de medio digital

Medio de verificación

Inicialmente se había contemplado que el medio de verificación sería una evaluación en línea sobre el manejo de un medio comunitario digital acompañado de la elaboración de una matriz donde se colocarían oportunidades de auspicios viables, que aseguraría la sostenibilidad de La Vereda. Si bien esa fue la idea inicial, las circunstancias llevaron a su transformación. Y, al ser este un proceso humano, es imprescindible tener presente las declaraciones de Berneachea García y Morgan Tirado (2010) sobre los cambios "los cambios que se van dando durante la ejecución del proyecto no son casuales; expresan descubrimientos que van emergiendo en la práctica: conocimientos nuevos sobre el contexto o una profundización de lo que ya se sabía sobre los problemas y las personas involucradas" (p. 101).

Metodología de evaluación

Se optó por la Metodología de Marco Lógico (MML) porque siendo una herramienta utilizada para facilitar no solo el proceso de conceptualización sino también el de diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Además, su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas (CEPAL, 2005). Lxs integrantes del equipo base tenían una iniciativa que deseaban desarrollar. Como primera actividad autogestionada en

calidad de equipo base a cargo del medio de comunicación La Vereda, decidieron conmemorar el Día del Migrante, el cual se lleva a cabo el 18 de diciembre.

Se decidió que la docente Carolina Portaluppi sea quien facilite la sesión donde se aborde el diseño del proyecto para el Día del Migrante, con el fin de fortalecer las capacidades de los y las integrantes del equipo base sobre cómo diseñar un proyecto implementando la metodología de marco lógico. Por lo que, en primera instancia se decidió contactar a Carolina mencionándole la actividad que deseaban desarrollar lxs compañerxs del equipo y fue ella quien sugirió que la clase podía ser dada de manera presencial en las instalaciones de la Universidad Casa Grande con el fin de que esta sea dinámica y más cercana. La clase fue brindada el sábado 23 de octubre en el período de 13h00 pm a 16h00 pm y de la cual solo pudieron asistir tres de las integrantes del equipo base. En esta sesión se inició con una lluvia de ideas consultándoles a las compañeras cuáles problemas ellas identificaban que pasaban lxs migrantes en Ecuador, y se llegó a la conclusión de que era: la visión/concepción que tiene la ciudadanía de la migración como algo negativo.

La Metodología contempla análisis del problema, análisis de los involucrados, jerarquía de objetivos y selección de una estrategia de implementación óptima. Luego de esa definición se empezó a trabajar en el Árbol de Problemas, el cual es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa, la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto (ver Anexo 1). Después de delimitado el Árbol de Problemas, y de Carolina haber explicado su utilidad, se continuó con la elaboración de la Matriz Marco Lógico. El producto de esta metodología analítica es la Matriz (el marco lógico), la cual resume lo que el proyecto pretende hacer y cómo, cuáles son los supuestos claves y cómo los insumos y productos del proyecto serán monitoreados y evaluados⁷. En ella cada una de las integrantes fue aportando con los componentes, indicadores, medios de verificación,

⁷ The Logical Framework Approach. AusGUIDELines, AusAID, Página 1.

supuestos y actividades que consideraban apropiadas para el proyecto y Carolina desde el rol de facilitadora retroalimentaba cada una de las aportaciones.

Técnica de evaluación

Si bien inicialmente se había considerado la información presentada en la matriz de auspicios y las respuestas de la evaluación en línea, posteriormente se decidió ajustar las técnicas a las necesidades de las y los participantes del equipo base y del medio comunitario. Esto llevó a que se decidiera considerar como técnica de evaluación la información del proyecto generada bajo la metodología del marco lógico por las y los participantes del equipo base.

Herramienta de evaluación

La planificación del proyecto del “Día del Migrante” conmemorado el 18 de diciembre consiste en una matriz de marco lógico y su respectivo cronograma (ver Anexo 15).



Imagen 6. Registro fotográfico de la sesión de planificación del Día del Migrante

Tabla 8.*Matriz de Marco lógico*

Finalidad	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Contribuir a reducir la conflictividad y los comportamientos discriminatorios y xenófobos			
Propósito			
Promover los aspectos positivos de la migración para personas en movilidad y las comunidades receptoras	Número de contenidos "positivos" en diarios (El Universo - Expreso) Usar métricas que permiten medir cambios "narrativas" negativas hacia "positivas" en redes sociales	Reportes de métricas en diarios y redes sociales	Al menos dos diarios van a apoyar Los medios para hacer la campaña en redes
Componentes			
Visibilizar los aspectos positivos de la movilidad humana/migración en las personas migrantes y para las comunidades receptoras a través de medios de comunicación y redes sociales.	Redes sociales: Twitter, Instagram, Facebook, Tik tok El Universo - El expreso	Reportes de seguimiento a diarios y redes sociales	Los contenidos de comunicación permiten que la gente distinga entre: 1) "eventos" y "nacionalidad" 2) El deterioro de la situación económica y social del país y que esta no tiene que ver en la migración 3) Que hay gente buena y mala

Nota. Elaborado por las y los participantes del equipo base.

Resultados

En consonancia con los aprendizajes adquiridos la matriz y el cronograma desarrollados se alinean no sólo con la finalidad de La Vereda sino también con los objetivos particulares de las y los integrantes del equipo base. Es así que el 70% planteado como indicador se cumplió verificando los insumos generados por el equipo. Considerando también como parte de los resultados la posterior ejecución de la planificación realizada.

De esta manera, una vez planificado el proyecto se empezó con la ejecución del mismo mediante la delegación de responsabilidades entre lxs integrantes del equipo base y lxs miembros del PAP, con el fin de realizar un trabajo colaborativo. Se inició creando un arte para difundir en grupos de WhatsApp, a conocidxs y redes sociales sobre la recolección de historias de éxito de la comunidad venezolana que se sitúa en Ecuador, y de ecuatorianxs que cuenten experiencias positivas con venezolanxs; esto con el fin de visibilizar las aportaciones que los migrantes han generado en el país y ofrecer una narrativa diferente a la que se presentan en los medios tradicionales. Los vídeos recolectados fueron alojados dentro de la plataforma interactiva que se creó en la página web de La Vereda.

Evaluación de Test Test de Actitudes Prejuiciosas (TAP)

Objetivo de evaluación

Este test se busca realizar antes de iniciar sus funciones cómo Equipo Base y al final de la participación de las y los estudiantes del PAP en el medio La Vereda. El fin es medir si existió una variación entre los resultados medidos al inicio y al final.

Indicadores de evaluación

Se propuso obtener una reducción de al menos dos puntos en el Test TAP en las y los participantes de ambas comunidades en comparación con los resultados de ingreso.

Medio de verificación

Las respuestas al test TAP en los resultados de ingreso en la comunidad receptora y comunidad inmigrante participando en el equipo base de La Vereda.

Metodología de evaluación

Posterior a las capacitaciones se busca realizar, bajo previa autorización y consentimiento informado de los participantes del Equipo Base, el Test de Actitud Prejuiciosa (TAP). EL TAP creado en el contexto y desde la perspectiva del Modelo Ampliado de Aculturación Relativa (MAAR)⁸ considera que no existe una única estrategia y/o actitud de aculturación, sino que el proceso adaptativo es complejo (se pueden adoptar y preferir diferentes opciones a un tiempo) y relativo, dado que generalmente no se emplean las mismas estrategias o no se prefieren las mismas opciones cuando la interacción con personas de otras culturas se sitúa en diferentes ámbitos.

El MAAR considera el *proceso de aculturación* de una persona como la adaptación o síntesis relativa y selectiva que ésta realiza entre ambas culturas (la de origen y la de acogida), tomando o rechazando elementos de ambas culturas, con diferente intensidad, según el ámbito (Moreno, 2013). Desde la perspectiva de Navas (2010) el MAAR distingue entre las actitudes de aculturación preferidas por ambas poblaciones y las estrategias de aculturación finalmente adoptadas o puestas en práctica por los el grupo denominado como ‘inmigrante’ o las percibidas por los ‘autóctonos’ para aquellos, esto es, el paso del plano ideal al real en el proceso de aculturación, y en ambas poblaciones en contacto (inmigrantes y autóctonos).

El TAP es una medida de prejuicio que permite aprehender las peculiaridades de esta actitud en el grupo minoritario de inmigrantes y en el mayoritario de autóctonos, partiendo de una posición integradora que concibe el prejuicio como una actitud social, cuya evaluación requiere recoger la percepción que se tiene del exogrupo, las emociones que suscita y la

⁸ Navas, Fernández, Rojas, y García, 2007; Navas, García, y Rojas, 2006; Navas, García, Rojas, Pumares, y Cuadrado, 2006; Navas et al., 2004; Navas et al., 2005; Navas y Rojas, 2010; Pumares, Navas, Rojas, y Sánchez-Miranda, 2002

intención de comportarse ante él (Rojas-Tejada, 2012). Según Moreno (2013), en el TAP la variable prejuicio ha logrado operacionalizar a partir de la combinación de tres variables: opinión sobre el exogrupo estereotipo (componente cognitivo del prejuicio), emociones (componente afectivo) y distancia social preferida con el exogrupo (componente conativo o de intención conductual) (Ver Anexo 2a). La medida obtenida en el TAP oscila entre un valor mínimo de 3 y un valor máximo de 15.

Técnica de evaluación

Se elaboraron dos cuestionarios digitales a partir de las indicaciones del Test TAP. Uno orientado a la comunidad receptora y otro a la comunidad de personas migradas.

Herramienta de evaluación

Tabla 8.

Resultados de aplicación de test TAP aplicadoa personas en situación de movilidad

Personas en situación de movilidad		
Componente	Inicio	Fin
Cognitivo	2,05	2,7
Afectivo	2,07	2,57
Conativo/conductual	2	2,25
Total	6,12	7,52

Nota. Los resultados fueron tabulados de forma grupal (Elaboración propia)

Tabla 9.

Resultados de aplicación de test TAP aplicado a integrante de la sociedad de acogida.

Sociedad de acogida		
Componente	Inicio	Fin
Cognitivo	3,37	2,87

Afectivo	1,85	2,57
Conativo/conductual	2	3
Total	7,22	8,44

Nota. Los resultados fueron tabulados de forma grupal (Elaboración propia)

Resultado

Se había previsto una reducción en los resultados grupales del Test TAP; sin embargo ocurrió lo contrario. El componente que refleja cambios más significativos en ambas comunidades es el componente afectivo del prejuicio. Con un aumento de 0.5 puntos en la comunidad de personas migradas y 0.72 puntos en la comunidad de acogida. Lo que representa a su vez un aumento en las emociones negativas sutiles tales como desconfianza, incomodidad, inseguridad e indiferencia. Dado que la relación al interior del equipo base y entre el equipo base y los estudiantes del PAP ha sido cálida y respetuosa, se puede suponer que este cambio se debe a factores externos al proyecto. Se puede considerar que esto denota una influencia negativa de los últimos sucesos en la realidad socio-política del país en la percepción de los individuos de ambos grupos respecto al otro.

Perfil de carrera y evaluación de componente

La experiencia de sistematizar estas actividades desde el perfil de ciencias políticas permite comprender lo importante que es adaptarse a las necesidades propias del contexto de las personas con las que se desarrollan iniciativas comunitarias. La aplicación de los distintos tests representó un reto a nivel logístico y operativo. El acceso a recursos como tiempo libre, conexión a internet y un dispositivo funcional condicionó la cantidad de tiempo necesaria para lograr que todo el equipo complete los tests y asista a la sesión de planificación.

Si bien el uso del test TAP respondió a la necesidad de utilizar un instrumento de medida que permita captar las peculiaridades de la actitud prejuiciosa en cada grupo,

los resultados no fueron los esperados. En ese sentido, una posibilidad viable sea que a partir de los cambios coyunturales ocurridos en el territorio ecuatoriano las percepciones de ambos grupos sobre el otro se vieron negativamente afectada. Las condiciones cambiantes del territorio pueden haber incrementado la vulnerabilidad que las personas migradas perciben a a partir de su situación migratoria, intersecando las categorías de los distintos sistemas de opresión institucionalizados en la sociedad ecuatoriana.

La herramienta utilizada para la evaluación de aprendizajes cumplió una doble función. Por un lado buscaba aterrizar las capacidades fortalecidas a lo largo del proceso de capacitación y por otro lado pretendía ser un ejercicio práctico de agencia ciudadana. La ausencia de articulación institucional fue una problemática identificada por las y los participantes del equipo, quienes decidieron interveir directamente en la reacción y fomento de sociedades de acogida . Las y los participantes demostraron ser agentes activxs, motivadxs a proponer soluciones que sean sostenibles en el tiempo, y que realmente respondan a las necesidades de sus protagonistas. Este proceso de trabajo conjunto es una muestra del potencial transformador de las iniciativas comunitarias.

Análisis e interpretación crítica de la experiencia de creación de la estrategia de comunicación y de la construcción de la plataforma interactiva

Integrante responsable. González Amaya Daniela Lisette.

Carrera. Comunicación Audiovisual y Multimedia

Actividades a evaluar

Los componentes a evaluar establecen que se elaboró una estrategia de comunicación para La Vereda anclada en el proyecto, y se creó una propuesta experimental de documental

social participativo producida por integrantes de la sociedad receptora y de la comunidad de personas migradas.

Objetivo de evaluación

Determinar si se logró elaborar una estrategia de comunicación para La Vereda 2021 y una propuesta experimental de documental social participativo.

Indicador de evaluación

Estos indicadores serán evaluados mediante la creación de la estrategia de comunicación La Vereda 2021, y a través de la implementación de la plataforma interactiva con el documental social participativo.

Medio de verificación

Los indicadores para evaluar este componente son, la elaboración de la estrategia de comunicación para La Vereda 2021, incluyendo dentro de esta estrategia: objetivos, grupos destinatarios, tonos de comunicación, pilares de comunicación, canales de comunicación y actualización de manual de marca. Asimismo, se planificó la elaboración de una plataforma interactiva dentro de la página web , junto a sus reproducciones y a su recepción en medios.

La Vereda: medio digital comunitario intercultural

La Vereda nace en el año 2020 con la edición del PAP: La Vereda 2020. Se establece como medio digital comunitario bicultural, entendiéndose el concepto de medio digital comunitario según la Ley Orgánica de la Comunicación: cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social (Ley Orgánica de Comunicación, 2013). Por otro lado, el concepto bicultural parte del término acuñado por García Canclini, hibridación cultural. Esta

hibridación, fue agravada gracias a los medios de comunicación y a la globalización. (García Canclini, 1990).

Como propuesta este año se cambió el término bicultural por intercultural, ya que no solo se comprende como una sola cultura dentro de los países Venezuela y Ecuador. Esta decisión fue tomada en base a que el término bicultural corresponde literalmente a dos culturas, mientras que la interculturalidad deja claro que las culturas están llenas de variaciones, y existen diferentes religiones, razas, e idiomas dentro de las culturas (Zülküf, 2018).

También como eje principal para medir la sensibilidad cultural se tomó el modelo de Bennett de Desarrollo de la Sensibilidad Intercultural, el cual plantea que la convivencia entre culturas se basa en la sensibilidad intercultural definida como un cambio afectivo, cognitivo y conductual que iría desde posiciones etnocéntricas a posiciones etnorelativas de reconocimiento y apreciación de las diferencias culturales, según Bennett. Este modelo asume que conforme se experimentan diferencias culturales más complejas, se incrementa la competencia para las relaciones interculturales a través de un proceso de transformación basado en seis fases o etapas.

La sensibilidad intercultural reconoce la importancia de las diferencias culturales, y variaciones culturales, y la necesidad de romper barreras para mejorar la comunicación y aprehensión entre culturas, según Zülküf. Entonces se deja de lado la biculturalidad, término donde solo coexisten las dos culturas, y se asume que entre todas las culturas existe ese compartir e interés por la otra. Enriquecer por parte de ambas e incluso junto a otras culturas que se encuentren en situación de movilidad humana en el territorio ecuatoriano.

Dentro de la recolección de contenido para el medio, se realizaron entrevistas. Específicamente a la comunidad El Bosque en Monte Sinaí, el día 8 de octubre por el “Día Internacional de la No Violencia” en el evento “Mural por los Derechos Humanos”

organizado por CDH. Ese día coincidía con el desalojo de varias casas dentro de ese territorio. Se logró recolectar siete entrevistas, entre ellas a ecuatorianxs y venezolanxs. Ambas nacionalidades compartieron sus experiencias como grupo, vecinxs y amigxs, donde no solo estaban las nacionalidades ecuatorianas y venezolanas. Nombraron y enfatizaron su amistad y convivencia con personas cubanas y colombianas, las cuales también fueron desalojadas.

Creación de conceptos

La idea de “La Vereda” creada por la edición pasada nace a partir de las propiedades del concepto de comunidad, individuos que comparten y existen en un espacio determinado (García- Blanco, 2002; Cáceres-Zapatero, Brändle-Señán y Ruiz-San Román, 2017). Siendo la palabra clave espacio, luego se pasó al concepto de Tuan de espacio. Lugar lleno de valores simbólicos donde las personas crean experiencias (Tuan, 1997). A partir de esto se nombraron lugares que vayan ligados a los términos antes mencionados. Es así como nace “La Vereda”, dentro de una lluvia de referentes visuales.

El nombre era algo que marcaba y definía bien el tono con el que se llevaba el medio, eso no se pensó en ningún momento cambiar. Este nombre abarcaba todas las historias y experiencias que se deseaban seguir desarrollando en un ambiente de comunidad.

Para poder empezar con la estrategia de comunicación se decidió crear dos conceptos: comunicación y creativo. Se ancló la idea del año pasado “donde todos y todas compartimos” y se lo decidió establecer como concepto creativo. Como concepto comunicacional hubo un proceso de ideas. Donde al finalizar se concluyó en: “somos un espacio virtual que propicia el encuentro entre la comunidad receptora y la comunidad de personas migradas venezolanas”. El cual responde a la pregunta: ¿Quiénes somos y qué queremos?.

Metodología de elaboración de estrategia de comunicación

Para poder empezar a crear la estrategia comunicacional, hubo entrevistas y conversaciones previas con el grupo de la edición pasada. Junto a ellxs es como se logró determinar ciertos contenidos exitosos dentro de la comunidad. Hubo sesiones de retroalimentación dentro de su propio contenido, lluvia de ideas con propuestas nuevas para La Vereda. Una vez establecidos estos nuevos comentarios y propuestas, en donde se creó un F.O.D.A. (ver Anexo 23) que sirvió como análisis y eje principal de lo que busca y es La Vereda para poder crear la estrategia de comunicación.

Estrategia de comunicación

Una vez establecido el nuevo foco del medio y uniéndose junto a los conceptos definidos, se decidió crear objetivos, grupos destinatarios, tonos de comunicación, pilares de comunicación, y canales de comunicación.

Se empezó creando objetivos, primero el general. Este fue: lograr un incremento del 10% en la comunidad, del 10% en interacciones y del 10% en el alcance en redes sociales. Este 10% se toma de los últimos datos del mes de noviembre del medio digital La Vereda de la edición pasada. Como objetivos específicos: mostrar a la audiencia de La Vereda la diversidad de historias de las personas migradas de origen venezolano que residen en Guayaquil; integrar contenido informativo en alianza con organizaciones dentro de nuestras redes sociales y sensibilizar a la audiencia con historias de empatía y humor. Estos objetivos fueron en base a conversaciones previas con el PAP 2020 y a los análisis de contenido de las redes sociales, así se pudo segmentar y conocer qué clase de contenido funciona mejor para la comunidad creada en redes. También en esta edición, gracias a los vínculos con las organizaciones anteriormente creadas, se decidió implementar la información que ellos brindaban, con el fin de recordar a las personas migradas venezolanas, los derechos humanos que mantienen fuera de sus país.

Los grupos destinatarios escogidos fueron dos: personas migradas de origen venezolano en Ecuador y la comunidad receptora. Así mismo se establecieron seis fases por las que pasarían nuestros grupos destinatarios, estas fueron: negación, defensa, minimización, aceptación, adaptación e integración, todo esto basado en el Modelo de Sensibilidad Intercultural propuesto por Bennett. Se establecieron estos grupos ya que no solo se buscaba llegar al consciente colectivo sino también lograr la integración como muestra la última fase. Esta integración fue lograda en varias partes del proceso del PAP, no solo entre los grupos objetivos, sino también dentro de los integrantes del grupo. Los cuales crearon vínculos afectivos con personas de origen venezolano.

Los tonos de comunicación elegidos fueron divididos en dos categorías: tonos generales, subdivididos en profesional, cercano y empático. Y tonos específicos subdivididos en: testimonial, emocional e informativo. Tanto los generales como específicos responden a cada fase de los grupos destinatarios. Los pilares de comunicación fueron indispensables a la hora de la estrategia, ya que visualmente no era satisfactorio el perfil de las redes sociales con el que se recibió el medio. Se deseaba establecer categorías pero previamente era fundamental definir estos pilares, así se podía facilitar el proceso de manejo de redes. Por lo tanto, se establecieron tres pilares.

El primero, contenido de interculturalidad, este da a conocer a la audiencia sobre datos, testimonios de anécdotas donde se pueda establecer un intercambio de culturas. Donde todas las culturas puedan aprender o compartir una de la otra a través de esta clase de contenido.

También el contenido de desmitificación, este brinda información correcta frente a comentarios emitidos por figuras de autoridad que pretenden criminalizar la migración venezolana, es aquí donde entra información variada y responsable brindada por organizaciones y las diferentes fuentes de información que se investigaba.

Y por último, contenido de entretenimiento, el cual fue establecido con el fin de generar interacción, aumentar el porcentaje en engagement, y ganar audiencia. También según el análisis y lo conversado con el equipo del anterior PAP, esta clase de contenido fue el que tuvo más interacción dentro de redes.

Cabe recalcar que los tres pilares cumplen con los objetivos específicos planteados previamente y los tonos para cada grupo destinatario. El primer objetivo, mostrar diversidad de historias, se encuentra en el pilar de la interculturalidad. Dentro de ese pilar, se puede observar diferentes puntos de vista en cuanto a la integración cultural. El segundo objetivo es el de integrar contenido brindado por organizaciones, ese objetivo es cumplido a través del pilar de desmitificación. Este pilar responde a la necesidad de informar con hechos reales y no ficticios. Recordarles a la comunidad que tienen derechos humanos, y existen aliados que están dispuestos a ayudar. La idea de “recordar los derechos humanos”, nace a partir de conversaciones varias con stakeholders previamente mencionadas. Donde se enfatizó que las personas en condición de movilidad humana, atraviesan diferentes procesos de migración y a veces se olvidan que en cualquier sector en el que se encuentren siguen teniendo estos derechos humanos. Y el tercer pilar de entretenimiento, responde al objetivo de sensibilizar a la audiencia con historias de empatía y humor. Teniendo en cuenta los datos de la edición pasada donde esta clase de contenido es la que más atrajo a la audiencia.

Los canales de comunicación elegidos fueron los mismos del año pasado. Es decir, Instagram, Facebook y la página web. A través del diálogo directo con integrantes pasados, se obtuvieron las credenciales de todas las redes sociales.

Facebook e Instagram son las redes sociales más utilizadas en Ecuador. Facebook con más de 13 millones de usuarios e Instagram con más de 14 millones de usuarios (Alcázar, 2020). Aunque el crecimiento de TikTok a partir de la pandemia, abrió maneras de distribución rápida y efectiva, convirtiéndose en plataformas de flujo mediático que conectan

a casi la mitad de la población (Pérez-Escoda, Jiménez-Narros & Pedrero-Esteban, 2020). Se generó la necesidad de ser parte de esta red social, no solo por su crecimiento sino por el formato, tipo reels. Los cuales dentro de instagram estaban funcionando gracias al tiempo y contenido. Teniendo ya estos videos creados, solo era cuestión de subirlos a TikTok.

La página web en cuanto a diseño se mantuvo igual que el año anterior, solo se actualizó el logo. Dentro de las categorías anteriormente existían La Banqueta, La Tiza, La Ventana, El Mural, La Calle, El Poste. Se eliminó la categoría La Tiza, y se la unió junto a La Banqueta ya que estas dos categorías responden a historias de vida.

Actualización de manual de marca

La edición pasada creó un manual de marca en el que incluía las tipografías, colores, uso del logo. Dentro de este año primero se actualizó el logo, se aumentó el “.tv” para recalcar que el proyecto es acerca de un medio digital. La cromática gris se la cambió a negro, para que este tenga más contraste y gane visibilidad sobre los fondos. Se eligieron diferentes texturas para los fondos de las artes. Estas texturas fueron elegidas en base a lo que se puede observar en las veredas.

Existía la sugerencia de aumentar el color dentro de las publicaciones. Se categorizaron las publicaciones con el fin de ser identificadas con colores dentro de las redes sociales. Estas categorías son: información de derechos humanos y servicios con el color naranja, contenido de desmitificación con el color amarillo, contenido de historias de vida con el color azul, y contenido de eventos/actividades sin ningún color específico. Luego se eligieron diferentes tipografías con el fin de mejorar el diseño. Se escogió Cocogoose Letterpress para títulos, Orator Std para subtítulos y Montserrat como tipografía para cuerpo de texto.



Figura 7. Post Categoría Derechos Humanos



Figura 8. Post Categoría Desmitificación



Figura 9. Post Categoría Historias de vida

Plataforma interactiva

La propuesta de una plataforma interactiva nace a partir de la idea principal de un documental transmedia, este presenta los elementos sustanciales de una narrativa a través de varios soportes y plataformas con el fin de propiciar una experiencia unificada y coordinada (Gifreu-Castells, 2013). Buscando referentes se pudo conocer Out My Window de Katerina Cizek, luego se encontró el proyecto Migrantes por el Mundo, que cuenta con una plataforma interactiva y con datos de los diferentes migrantes que se encuentran alrededor del mundo. Con esta primera idea en mente, hubo una reunión con Cooperativa Audiovisual. Esta Cooperativa se encarga de brindar capacitaciones a comunidades para que la experiencia audiovisual entre dentro de más campos y situaciones que necesitan ser contadas. Se mencionó el término documental social participativo, ya que dentro del grupo al que se quería visibilizar se encontraba en situación de movilidad humana, estaban en diferentes partes del país bajo diferentes condiciones.

Según Sucari, lo que busca el documental social participativo es promover la participación del protagonista, este deja de ser un objeto de estudio y se adueña de su propia narrativa. Se imparten conocimientos para la creación de contenido, y este conocimiento no sólo agrega valor personal dentro de las comunidades, sino que también los hacen dueños de su propio discurso, donde antes no tenían decisión sobre su representatividad.

Entonces se concluyó que lo mejor sería adoptar la parte social participativa, ya que el enfoque general del PAP es la horizontalidad. Una vez con el género escogido y los referentes de plataformas, nacieron las ideas de cómo tenía que ser abordado el documental. Las propuestas creadas eran: la interculturalidad desde distintas perspectivas, este abordaba la integración entre las dos culturas, el intercambio y apreciación cultural que puede llegar a existir. Migrar como derecho, los procesos migratorios que han atravesado lxs venezolanxs

aquí en Ecuador o lxs ecuatorianxs que han emigrado a Venezuela. Junto a conversaciones con el equipo base buscando incluirlos dentro de las decisiones, se optó por la temática migrar como derecho con preguntas específicas.

Para la construcción de la página web se creó previamente un borrador, donde se puede observar un mapa de Ecuador, y en cada región se puede alojar los diferentes documentos relacionados a la temática. Se buscó un programador, el cual también era migrante retornado y se lo contrató para que cree la plataforma interactiva dentro de la página web de La Vereda.

Siendo este el primer proyecto con los integrantes del grupo base que asumiría el medio una vez que el PAP se acabe. Ellos y ellas propusieron hacer una actividad el 18 de diciembre por el día del migrante. Los videos para esta actividad son con el enfoque de historias de éxito de migrantes. Dentro de su propuesta, el grupo base se encarga de recolectar el contenido de las diferentes historias de éxito, para ser publicadas ese día dentro de la plataforma interactiva. No se pudo concretar con la propuesta inicialmente creada, siendo un medio comunitario y buscando trabajar a la par con los compañeros del grupo base, se buscó sus opiniones constantemente. Y es así como se decidió fomentar y aceptar sus propuestas para La Vereda 2021 e implementar estas actividades.

Conclusión

Se logró elaborar la estrategia de comunicación para La Vereda 2021, y se implementó de manera exitosa dentro de las redes sociales. Se ha logrado establecer a La Vereda como un medio comunitario intercultural a la hora de presentarse frente a organizaciones o frente a comunidades de migrantes en diferentes situaciones. Todo esto gracias a la comunicación constante con las otras partes interesadas en el proyecto.

Dentro de la plataforma interactiva, esta visión fue cambiando a medida de que el proyecto se desarrollaba. Se logró establecer una actividad final que se trabajó en conjunto

con todxs. Así se logra conmemorar una fecha importante para el grupo final por el que nació La Vereda, y tomar todos los comentarios de mostrar una narrativa exitosa.

Perfil de carrera y evaluación de componente

Al crear la estrategia de comunicación, desde la carrera Comunicación Audiovisual y Multimedia existían temas recurrentes que han sido tratados a lo largo de la carrera. No se trataba de algo totalmente nuevo, puesto a que la comunicación digital es elemental dentro de la malla. Esta carrera es muy amplia, y no sólo existe la parte audiovisual como tal, siendo la comunicación su eje principal abre diversos campos de aprendizaje. La edición pasada, creó desde cero el medio de comunicación, dejando ellos una visión creativa de hacia dónde se dirigía, una vez con toda la estrategia anclada a la edición La Vereda 2021, era cuestión de empezar a producir contenido.

Producir contenido con diferentes personas en diferentes provincias o partes del mundo, viviendo en un contexto Covid-19, fue algo retador. Se tenía que buscar la manera de cómo colaborar activamente, contactar personas en línea, insistir en puertas virtuales. Ya que la opción de establecer producciones físicas no era muy viable estando lejos todos.

Desde el perfil audiovisual, al crear la Propuesta experimental de documental social participativo producido por integrantes de la sociedad receptora y de la comunidad de personas migradas, se tuvo en cuenta todo lo descrito de la lejanía física que se sentía dentro del grupo. Dentro de esta propuesta se unieron conceptos audiovisuales y políticos, lo cual es necesario al querer reflejar perfiles en situación de movilidad humana.

Normalmente al producir, se tiene un grupo de personas que están al tanto de la pre, pro y post producción. Las pocas veces que hubo oportunidad de salir con las personas que se encontraban en la misma ciudad, se tuvo que dar especificaciones técnicas que normalmente no se está acostumbrado a explicar, ya que el grupo de producción conoce el manejo de salir

a campo. Pero así mismo, teniendo estos perfiles de diferentes carreras aportaba en diferentes puestos dentro de campo.

Análisis e interpretación crítica de la experiencia de generación participativa de contenidos digitales para los diversos canales del medio

Integrante responsable: Andrade Supliguicha Estefhanie Denisse

Carrera: Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Actividades a evaluar

El componente a evaluar establece que ha sido promovida una representación favorable de historias diversas sobre las personas migradas de origen venezolano en la sociedad receptora a través de los diversos canales del medio La Vereda.TV. La primera actividad a evaluar es “Recopilación y publicación de historias de vida” y la segunda ha sido establecida como “Acompañamiento y seguimiento a participantes de las capacitaciones virtuales de creación de contenido para medios digitales”.

Actividad: Recopilación y publicación de historias de vida

Objetivo

Evaluar si las 39 piezas establecidas fueran creadas y publicadas en las redes sociales La Vereda.TV

Indicador

39 Piezas de contenido creadas para las redes sociales por La Vereda: 15 historias de vida. Será evaluado en función de las publicaciones realizadas en los diversos canales del medio.

Unidad de análisis

39 piezas producidas y publicadas: 15 historias de vida recopiladas y publicadas.

Técnicas Generales de Evaluación

Se trabajó desde un diálogo horizontal y participativo con organizaciones sociales que se dedican a la protección de derechos humanos y movilidad humana con el fin de impulsar las capacidades de LaVereda.TV mediante un trabajo responsable. Toda propuesta de participación en actividades de integración fue previamente socializada y retroalimentada. LaVereda.TV participó principalmente en acciones de incidencia “Caravanas de la Solidaridad” con el fin de recoger historias de vida con enfoque de capacidades para visibilizar las potencialidades e impulsar la agencia de las personas en situación de movilidad humana a través del relato de vida.

Metodología de evaluación

1. Enfoque colaborativo para la recolección de historias de vida

El establecimiento de vínculos con organizaciones sociales y de cooperación internacional permitió la participación de LaVereda.TV en acciones de incidencia como las “Caravanas de la Solidaridad” desarrolladas en el Cantón Bucay y en Monte Sináí. En primer lugar, las organizaciones contactaron a LaVereda.TV para confirmar su participación, lo que implicaba el envío de la propuesta de trabajo. Se socializaron las preguntas guía de entrevista y de consentimiento informado, las cuales fueron retroalimentadas. Esto permitió el

intercambio de conocimientos y experiencia para garantizar que el abordaje de lxs agentes asistentes de las Caravanas encuentren un espacio para impulsar su resiliencia en LaVereda.TV

Metodología para la recolección de historias

Técnica y herramienta

Se decidió trabajar con la entrevista semiestructurada (ver Anexo 6) como técnica para la recolección de historias, con la cual desde preguntas guía se orientaba la conversación entre entrevistadora – entrevistadx. Esta conversación era mediada por la narrativa, que se comprende como un proceso de vida, que constituye un relato, que ha sido marcado por experiencias adversas. Este puede ser transformado y adquirir un nuevo sentido a través del relato de lxs agentes desde su propia voz (Granados et al, 2016). Así, se desarrolla un ejercicio que contribuye a impulsar la resiliencia de lxs participantes.

A esto se suma el consentimiento informado (ver Anexo 7) que garantiza la participación voluntaria y libre de lxs agentes, lo cual potencia su autonomía. No se lo trabajó como un mero procedimiento, sino como una garantía del derecho a la libertad de la persona participante.

La Vereda.TV asume el rol en comunidades de ser un espacio mediador entre el agente y el contexto, en que se visibiliza la interpretación del entorno en función de lxs mismxs. La Caravana de Bucay se realizó en un espacio recreativo, en el parque central del cantón, en el cual personas en situación de movilidad humana de origen venezolano compartieron con La Vereda.TV historias asociadas a la adquisición de medios de vida y al proceso de adaptación que han atravesado por ser personas migrantes. En la Caravana de Monte Sinaí, lxs participantes hicieron una lectura de la situación de desalojo, en función de

sus capacidades y las herramientas que han desarrollado para enfrentarlas, haciendo énfasis en el apoyo mutuo y la solidaridad.

Por otra parte, en las acciones de incidencia acompañadas, se entrevistó a representantes de las organizaciones participantes para conocer sus motivaciones y el rol de las organizaciones en la protección de derechos de las personas en situación de movilidad humana.

En las acciones de incidencia, se recogieron veintidós historias de las cuales siete han sido publicadas en las redes sociales del medio comunitario. Hasta noviembre de 2021, existen veintinueve piezas publicadas en la red social Instagram del medio, de las cuales siete corresponden a la categoría de Historias de Vida del indicador de RRSS. Las ocho restantes a publicar para alcanzar el indicador, serán subidas hasta la segunda semana de diciembre de 2021.

Tabla 10

Historias recogidas en campo

Caravana de la Solidaridad Bucay	10 historias de vida	1 mensaje	4 entrevistas a org.
Caravana de la Solidaridad Monte Sinaí	6 historias de vida		1 entrevista a org.
Total	16 historias de vida	1 mensaje	5 entrevistas a org.

Nota. Historias recopiladas mediante entrevista en acciones de incidencia.

Resultados

Tabla 11

Indicadores de publicaciones de historias de vida

Indicador general de piezas en rrss	Indicador de categoría historias de vida	Número de historias de vida
39 piezas creadas	15 historias de vida recopiladas	16 historias de vida recopiladas en campo
39 piezas publicadas	15 historias de vida publicadas	7 historias de vida publicadas

Nota. Las historias de vida recogidas en campo hasta noviembre de 2021 superan el indicador general propuesto.

El indicador establece la creación/producción de treinta y nueve piezas para las redes sociales del medio. Cabe recalcar que todo el contenido publicado se diversifica en función de las diferentes categorías establecidas en la estrategia de comunicación. En campo, fueron recogidas veintidós piezas de contenido audiovisual/audio/fotográfico, de las cuales dieciséis son historias de vida y de estas solo han sido publicadas siete. Se superó el indicador de recopilación de quince historias de vida. Sin embargo, el indicador de quince publicaciones de historias de vida debe la publicación de ocho historias más en RRSS.

Conclusión

Se resalta la incidencia generada por la participación de LaVereda.TV en actividades de integración junto a diversas organizaciones. Esto permitió crear un acercamiento

responsable a la comunidad migrante, que fue constantemente acompañado y retroalimentado por las organizaciones.

Actividad a evaluar: desarrollo de capacidades en curso virtual de contenido digital y narrativas de historia de vida

Objetivo de Evaluación

Medir si lxs participantes del curso virtual lograron producir 20 entradas para la página web.

Indicador de Evaluación

En función del objetivo propuesto, el indicador a evaluar es 20 entradas producidas por generadores de contenido capacitadxs para la página web. Se evalúa en función de la rúbrica de publicación en página web, evaluación de nivel de satisfacción de participantes y registro de asistencias.

Metodología de Evaluación

1. Proceso práctico de curso virtual para evaluación de competencias adquiridas

Se realizaron talleres virtuales de planificación, ejecución y retroalimentación de contenido con el fin de garantizar un acompañamiento efectivo que permita desarrollar capacidades en lxs participantes migrantes y de comunidad de acogida en torno a la creación de contenido digital y difusión de narrativas de historia de vida. Los productos creados en esta dimensión práctica permiten evaluar el alcance del proceso y de los aprendizajes adquiridos por lxs participantes.

Técnicas de autoevaluación de aprendizajes

Se desarrollaron talleres participativos virtuales de creación de producto final de manera colaborativa, en función de la categoría escogida en encuesta de interés por cada participante. Las de mayor interés fueron La Banqueta, que maneja contenido referente a historias de vida y El Poste, categoría que trabaja con contenidos sobre emprendimientos.



Figura 10. Categorías escogidas para creación de producto

Nota. La presente división de grupos se realizó en función de la encuesta de interés aplicada.

A pesar de la división inicial de categorías a trabajarse en grupos, junto a lxs participantes, por diversas complicaciones personales asociadas a su condición migratoria, se decidió desarrollar el producto final de manera individual.

Cabe recalcar que lxs participantes solicitaron extender el tiempo de entrega del producto, por lo que a finales de noviembre de 2021, nueve de once participantes que culminaron el proceso teórico, enviaron su producto final. En adición a esto, con el fin de

alcanzar el indicador, se complementó la generación participativa de contenido mediante una convocatoria en RRSS.

Tabla 12

Productos de participantes según categorías de contenido

Categoría	Contenido	Productos de participantes	Productos de convocatoria
La Banqueta	Contenido relacionado a historias de vida	8	5
El Poste	Contenido relacionado a emprendimientos	3	
El Mural	Contenido relacionado a arte y cultura	0	
La Calle	Contenido relacionado a la elaboración de tutoriales	0	
La Ventana	Contenido relacionado a datos, investigación, etc.	0	
Total contenido participativo		11	5

Nota. Las categorías para la producción de contenido fueron escogidas por lxs participantes.

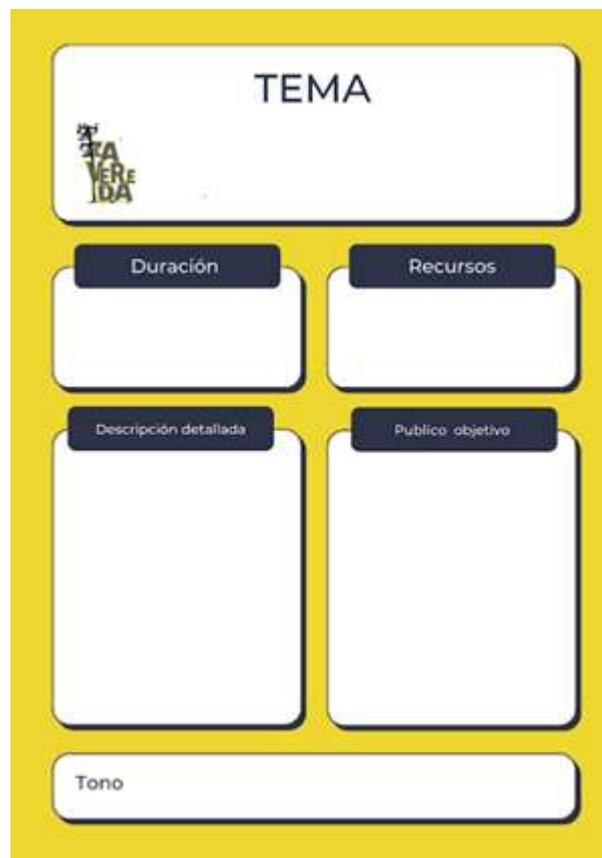
Retroalimentación de participantes de curso virtual

Se realizó taller participativo de retroalimentación de propuesta de producto, a través de plataforma zoom. El taller fue coordinado por la presente autora y fue guiado por el tutor, el cual contó con la asistencia de diez participantes.

Herramienta de autoevaluación: ficha de planificación de contenido

La ficha incluía consideraciones de contenido sobre manejo de lenguaje inclusivo, veracidad y credibilidad de fuente, sensibilidad en el manejo de contenido y cita de la fuente correctamente.

La ficha de autoevaluación permitió la reflexión individual de cada participante respecto al producto a elaborar, dándole libertad a su creación bajo determinados lineamientos a considerar. Cabe recalcar que la parte evaluativa se trabajó de manera horizontal y cualitativa, siendo un proceso guiado por la facilitadora Daleska Candel.



La imagen muestra una ficha de planificación de contenido con un fondo amarillo. En la parte superior hay un campo grande con el título "TEMA" y un pequeño logo a la izquierda que dice "¿TA VERE IDA?". Debajo de esto, hay cuatro campos más pequeños: "Duración" y "Recursos" en la fila superior, y "Descripción detallada" y "Público objetivo" en la fila inferior. En la parte inferior de la ficha hay un campo más ancho con el título "Tono".

Figura 11. Ficha de planificación de contenido

Nota. Ficha desarrollada por participantes en plataforma Jamboard mediante sesión virtual.

Encuesta de satisfacción a participantes

Se realizó una encuesta de satisfacción por la aplicación Formularios de Google con el fin de recoger las experiencias, aprendizajes y recomendaciones de lxs participantes que iniciaron el proceso de la capacitación. Previo a la divulgación de la encuesta, en una de las sesiones sincrónicas de acompañamiento se les explicó a lxs participantes el objetivo de la encuesta, las preguntas con las cuales contaba y se enfatizó en que su uso era netamente para fines académicos.



Figura 12. Encuesta de satisfacción pregunta 4.

Nota. Quince participantes que fueron constantes en la modalidad sincrónica indican que adquirieron nuevos aprendizajes.

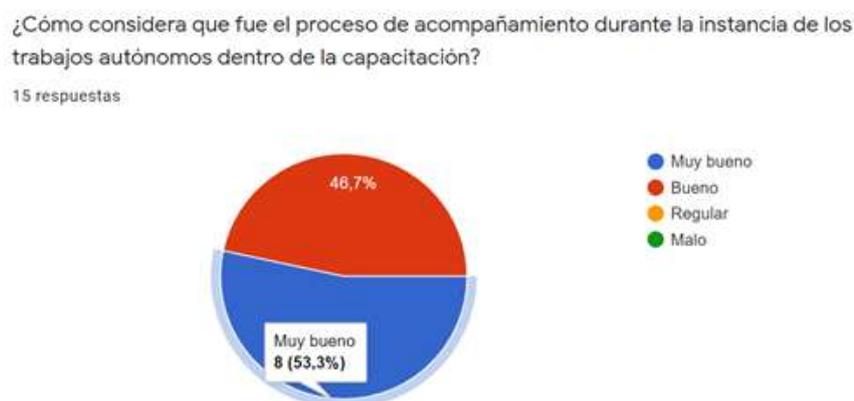


Figura 13. Encuesta de satisfacción pregunta 6.

Nota. Los participantes consideran que el acompañamiento mediante whatsapp fue positivo.

Tabla 13

Sugerencias para mejorar el programa

Respuesta 1	Mejorar el diseño de la página web
Respuesta 2	Por favor continuar con talleres
Respuesta 3	Todo bueno
Respuesta 4	Un poco más de contacto grupal
Respuesta 5	Hacer cosas parecidas más seguido
Respuesta 6	ninguna
Respuesta 7	Más tiempo para los cursos
Respuesta 8	No ninguna muy buen trabajo
Respuesta 9	No
Respuesta 10	En cuanto a la plataforma algunos detalles...
Respuesta 11	Ninguno
Respuesta 12	Ninguna para mi hacen un buen trabajo
Respuesta 13	Ninguna
Respuesta 14	No por ahora
Respuesta 15	Son geniales, muy profesionales

Al finalizar el curso virtual de creación de contenido digital y narrativas de historias de vida, se preguntó a lxs participantes si les gustaría ser parte del equipo de producción de

contenido de La Vereda de manera permanente. Se recalca la motivación por parte de catorce participantes del curso a integrarse en La Vereda.TV. Lxs participantes indican que para el desarrollo de destrezas, necesitan mayor acompañamiento por parte de un tutor, más talleres prácticos, más talleres sincrónicos y más asesoría personalizada por tema. Respecto al desarrollo de actitudes, lxs participantes recalcaron que el trabajar con dinámicas y desde el diálogo participativo es un gran ejercicio de empatía, ya que así se construye un grupo de apoyo. Sobre la adquisición de conocimientos, lxs participantes destacan que los contenidos de los módulos les otorgó nuevos aprendizajes.

Tabla 14

Motivación para formar parte del equipo del medio

1. El arte y la creación de contenido
2. Crear contenido digital para emprendedores
3. Aprender más
4. Poder aportar parte de mi conocimiento
5. Poder aportar en sensibilizar a la comunidad en temas de tipo sociales. Por ejemplo
6. el poder estar en contacto con la gente
7. Aprender más
8. Aprender más sobre el contenido virtual
9. Mi motivación son los temas a desarrollar y enriquecer mi aprendizaje
10. Diseñador gráfico independiente
11. Instruirme para mejorar
12. Aprendizaje
13. Aprender
14. Me encanta su trabajo

Nota. 14 Participantes indican que les gustaría ser parte del equipo base de La Vereda TV

Resultado

El indicador fijado fue de 20 entradas producidas para la página web, lo cual hasta noviembre 2020 ha sido incumplido, ya que solo se han recibido trece historias elaboradas de manera participativa y por lxs propixs autores, y solo seis entradas han sido subidas a la página web. Ocho de las historias recopiladas corresponden a material producido por lxs participantes del curso virtual y las cinco restantes a miembros de comunidades del Guayas que decidieron compartir su historia de vida.

Conclusión

En función de los resultados, se resalta como desafío del proceso participativo, las situaciones de vulnerabilidad que atraviesan a lxs participantes, lo cual hizo que el proceso se extienda. Al finalizar el proceso, se realizó la entrega de certificados digitales de participación, lo cual fue reconocido como una práctica muy positiva por lxs participantes ya que formaliza las capacidades adquiridas.

Perfil de carrera y evaluación de componente

Desde el perfil de carrera, que la autora se ha propuesto como mediador y transgresor de las relaciones de poder asimétricas, se contribuyó al desarrollo y fortalecimiento de capacidades de agentes que en la comunidad de acogida son objeto de múltiples opresiones, en función de las intersecciones que les atraviesan. Se destaca que la empatía ha sido el eje fundamental de todo el proceso, estableciendo la horizontalidad como prioridad.

La adquisición de nuevos aprendizajes y valoraciones en torno a la comunicación alternativa ha constituido un reto para la autora, que le ha permitido ser protagonista en cuestionar el rol de los medios hegemónicos, visibilizando y diversificando las lecturas de la realidad política y social de la movilidad humana, a través del empoderamiento de miembros de las comunidades.

Por último, la autora reconoce el cooperativismo como una forma de resistencia ante la adversidad. Destaca que el proceso de generación participativa de contenidos fue resultado del apoyo mutuo entre lxs compañerxs de las comunidades y lxs miembros del proyecto de titulación, que establecieron la comunicación digital como un medio para resignificar experiencias de vida e integrarse desde la empatía.

Evaluación de la participación de los públicos objetivos frente a los canales digitales de la Vereda.

Integrante responsable. Cedeño Nieto Carlos Alberto

Carrera. Diseño Gráfico y Comunicación Visual

Objetivo de evaluación

Analizar el crecimiento de la comunidad y las interacciones dentro de los canales digitales de La Vereda

Indicador de evaluación

Dentro del segundo componente, el indicador número tres establece: se logró un incremento en el tamaño de la comunidad, las interacciones y el alcance del 10% en redes sociales y página web respecto a los resultados del último mes de La Vereda 2020.

Los canales digitales son el medio por el que se transmiten datos, mensajes o información que envía un emisor a un receptor, siendo estos fundamentales para el proceso

de comunicación. Como canales de comunicación para La Vereda TV se decidió mantener los mismos del año pasado: Instagram, Facebook y la página web.

Dentro de las redes sociales Instagram y Facebook se pudo ver y analizar la interacción de la comunidad con el contenido creado, esto gracias a medidores como likes y comentarios. El recurso de la pauta fue utilizado dentro de ciertas publicaciones con el fin de llegar a un público nuevo y generar más interacciones. Se pautaron en total siete publicaciones entre contenido audiovisual y posts, seis de estas pautas fueron por un valor de \$5 y una por el valor de \$20, siendo este el post de convocatoria para contenido de la plataforma interactiva, dándole una promoción de diez días. Un dato a recalcar es que los perfiles a los que se dirigió la pauta fueron personas de ambos sexos dentro de un rango de edad de dieciocho a cincuenta y cuatro años. La locación que se decidió usar fue Guayaquil para algunas publicaciones y en otras Ecuador en general. También se optó por segmentar al grupo objetivo dándole preferencia a las personas que tenían afinidad en temas como la migración, ONGs, temas de ayuda social e interculturalidad.

	Reactions	Shares	Clicks	Link clicks	Impressions	Reach
 #Atención 📢 Les tenemos información...	36	5	274	0	5.46k	4.89k
 Nuestra amiga Nelly García Oberto docente y...	12	2	257	78	4.32k	3.6k
 Nuestros amigxs Tornikete y Mechita de...	10	8	143	58	3.43k	3.08k
 ¿Quién más es team Espagueti con arroz? 🍝 ...	43	10	254	106	3.32k	2.87k
 ¿Quién más se encuentra en una posición simi...	10	0	208	75	4.55k	4.08k
 Estamos muy contentas y contentos de...	3	0	135	0	122.14k	109.55k
 Ecuador se llenó de orgullo gracias a los Jueg...	10	5	36	0	10.3k	8.33k

Figura 14. Pautas en redes sociales

Nota. Figura en la cual se muestran las publicaciones pagadas en el Facebook e Instagram de La Vereda.

La plataforma que se usó para recolectar los distintos datos de las redes sociales fue Metricool. Esta ayuda a medir indicadores como engagement, que se refiere al grado de interacción de un consumidor con una marca, el alcance, el cual mide qué tanto se expande el contenido a través de varias plataformas de redes sociales y las impresiones, que son el número de veces que se ha visto una publicación. Así mismo Metricool también mide los likes, comentarios, seguidores, clicks a la página web y visitas al perfil que las publicaciones generan.

Se pudo determinar que en los últimos meses en Facebook no se han aumentado mucho los likes a la página ni los seguidores, pero se obtuvo un gran aumento de impresiones gracias a las pautas realizadas.

Tabla 15

Datos del perfil de Facebook

Rango de tiempo	Likes	Seguidores	Impresiones
Julio 10 – Ag. 10	390	411	59
Ag. 11 – Sept. 11	390	406	10.450
Sept. 12 – Oct.10	392	408	143.500
Oct. 11 – Nov. 26	410	427	71

Nota. Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2021

En Instagram se determinó que en el primer mes las visitas al perfil fueron 112, aumentando a 477 en el segundo mes, a 990 en el tercer mes, y terminando en 477 en el último mes. Las impresiones en el primer mes fueron de 339, de 3.186 en el segundo, en el tercer mes de 73.960 y en el cuarto mes de 4.194. Por último, se pudo ver un pequeño aumento en el número de clicks a la página web sobre todo en el tercer mes.

Tabla 16

Datos del perfil de Instagram

Rango de tiempo	Perfil	Impresiones	Página Web
Julio 10 - Agosto 10	112	339	0
Ag. 10 – Sept.11	477	3.186	4
Sept.12 – Oct.10	990	73.960	13
Oct. 11 – Nov. 26	421	4.194	4

Nota. Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2021

En el cuadro de las publicaciones de Facebook en específico se pudo ver que el engagement en el primer mes fue de 8,02 con 55 interacciones y un alcance de 351 personas en seis posts. En el segundo periodo el engagement fue de 6,34, con 53 interacciones y un alcance de 8358 en 2 posts. En el tercer mes el engagement fue de 11,09 con 1420 interacciones y un alcance de 143.230 en siete posts. Por último en el cuarto mes el engagement fue de 126,98, con diez interacciones y un alcance de 63 en diez posts.

Tabla 17*Publicaciones en Facebook*

Rango de tiempo	Engagement	Interacciones	Alcances	Posts
Jul.10 – Ag.10	8,02	55	351	6
Ag.10 – Sept. 11	6,34	53	8.358	2
Sept.12 – Oct.10	11,09	1.420	143.230	7
Oct 11 – Nov.26	126,98	10	63	10

Nota. Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2021

Finalmente, el cuadro de las publicaciones realizadas en Instagram mostró que el engagement en el primer mes fue de 145,47 con 199 interacciones y un alcance de 1915 personas en 4 post. En el segundo periodo el engagement fue de 160,86, con 194 interacciones y un alcance de 1592 en tres posts. En el tercer mes el engagement fue de 66,10 con 472 interacciones y un alcance de 8099 en nueve posts. Y en el cuarto mes el engagement fue de 102,82 con 364 interacciones y un alcance de 4292 en diez posts.

Tabla 18*Publicaciones en Instagram*

Rango de tiempo	Engagement	Interacciones	Alcances	Posts
------------------------	-------------------	----------------------	-----------------	--------------

Julio 10 – Ag.10	145, 47	199	1.915	4
Ag. 10 – Sept. 11	160,86	194	1.592	3
Sept.12 – Oct.10	66,10	472	8.099	9
Oct 11 – Nov.26	102, 82	364	4.292	10

Nota. Elaboración propia, datos obtenidos de Analítica Metricool, 2021

Un punto a recalcar es que el contenido dentro de Instagram en su mayoría fue de carácter orgánico. El equipo determinó que el grupo objetivo mantuvo más interacciones dentro de este canal por medio de reproducciones en el contenido audiovisual y comentarios en las distintas publicaciones.

Entre todas las publicaciones hay unas que destacan sobre otras al tener mayor interacción. En el caso de Instagram uno de los posts que más likes tuvo fue el de “Los Juegos Olímpicos de Tokio 2020”. Del contenido audiovisual los que más destacan son: “La historia de vida de Abdias Olivares” con 1.608 reproducciones y el de “La historia de vida de Kenny” con 6 comentarios. En Facebook quedó demostrado que el contenido de carácter humorístico fue el más exitoso, con el

caso del video de “Spaghetti con arroz” que tuvo un alcance de 2.871 personas y fue compartido por los usuarios.

Los comentarios recibidos dentro de las redes fueron casi en su totalidad positivos, sobre todo en los videos de la categoría “historias de vida”. Donde las compañeras y compañeros con los que se colaboró contaron sus experiencias con respecto a la migración.

Los comentarios vinieron de personas allegadas a ellos y otros que se identificaron con las historias contadas.

Otro punto a tomar en cuenta es que hubo un aumento de seguidores en Instagram de más del 10% (más de 200 seguidores). Esto gracias al contenido creado y a las diferentes alianzas que se originaron las cuales han permitido que este canal tenga seguidores como HIAS, COOPI, Diálogo Diverso, CDH, Fundación Manos Venezolanas, Mujer&Mujer, La Periódica y periodistas como oti Carvajal, Dayana Monroy y Jefferson Díaz, periodista venezolano experto en cubrir temas migratorios que trabaja con el Washington post.

Otro canal digital que se decidió utilizar fue la página web de La Vereda, donde se subió la versión completa del contenido de historias de vida realizado por los colaboradores y personas que acudieron al llamado de convocatoria y así mismo se subió contenido de iniciativas. Por medio de nuestras redes los usuarios pudieron acceder a la web, donde estos no solo pudieron disfrutar de las experiencias contadas sino también acceder a otros contenidos colgados en las distintas categorías. (La Banqueta, La Ventana, El Mural, La Calle y El Poste).

Perfil de carrera y evaluación de componente

El componente evaluado guarda una estrecha relación con la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Sobre todo si se ve desde el ámbito del diseño con respecto al marketing y la publicidad. El manejo de canales digitales como redes y página web se vuelve un aspecto clave, donde estos funcionan como plataformas para que un diseñador plasme sus ideas y gráficas. La comunicación visual que muestre una cuenta afecta positiva o negativamente a esta. Es por esto que el diseño gráfico es una pieza fundamental dentro de estos canales. La parte visual siempre va a ser la primera que atraiga al usuario y la que invite

a este a explorar más en la publicación mostrada. Todo se vuelve relevante, desde el manejo correcto de una línea gráfica hasta la diagramación que se use para cada contenido.

Cabe recalcar también que el uso de plataformas como Metricool son muy importantes, ya que facilitan el análisis de datos que permiten un mejor crecimiento dentro de las redes. Herramientas como las pautas y las menciones también toman un lugar muy alto en este camino al éxito dentro de internet. Y por supuesto, en el proyecto se logró determinar que el crecimiento orgánico siempre será lo mejor que le pueda pasar a una cuenta, ya que este genera las mejores interacciones y consigue a los seguidores más fieles.

Otro punto a destacar es el saber usar las redes sociales como un intermediario para que los usuarios lleguen a la página web. La web siempre será un sitio donde gráficamente y conceptualmente no habrán limitaciones, lo que significa que esta página contendrá siempre de mejor manera la esencia del proyecto.

Por último, lo más importante es mencionar que la mayoría del contenido de valor siempre se genera gracias a un grupo dispuesto a colaborar y trabajar en conjunto. En este caso los mejores contenidos que se obtuvieron para los canales digitales fueron entregados por lxs compañerxs venezolanxs en situación de movilidad, los cuales decidieron brindar su apoyo y predisposición siempre.

Conclusiones

La coyuntura que atravesó La Vereda en esta edición difiere del contexto de un sistema que recién se estaba adaptando a las limitaciones impuestas por el COVID-19 en el 2020. El confinamiento propio de la pandemia fue cediendo a lo largo del año y esto permitió que, además de tener encuentros presenciales, se adopte una modalidad de trabajo híbrida. En este sentido no solo se continuó la labor realizada durante la edición anterior, sino que

además se intervino de forma presencial cuando los espacios y las condiciones así lo permitieron. En ese sentido se puede definir que La Vereda, propició encuentros físicos y digitales, generó vínculos estratégicos y buscó visibilizar a las comunidades como creadoras de sus propios relatos.

En la construcción de la hipótesis de mejora se contempla un incremento en la sensibilidad de la sociedad guayaquileña hacia la comunidad de personas migradas de origen venezolano a partir del contenido de valor generado en La Vereda. Este apartado es un espacio para abordar los aprendizajes resultantes de este proceso de creación de contenido y de trabajo colaborativo:

Creación de contenido

1. Se deben orientar esfuerzos a diversificar las fuentes y/o actores que generan contenido para el medio. Es necesario mantener una convocatoria permanente y abierta de contenido que simultáneamente se complementa con la instalación de capacidades y destrezas en las comunidad de personas de origen venezolano y la comunidad de acogida.
2. Sostener y ampliar las alianzas activas con organizaciones de la sociedad civil para generar trabajo conjunto con las comunidades de acogida en territorio, de manera que puedan potenciarse los recursos de estas en sus propios contextos.
3. Siendo necesario proponer nuevos modelos para expandir el alcance del medio, ir segmentando el contenido para alcanzar a una mayor audiencia que permitan incrementar la sensibilización.
4. La construcción de un equipo intercultural es un proceso complejo. A partir del tejido social previamente instalado y sumando los nuevos vínculos generados durante los talleres, se pudo construir una comunidad intercultural al interior del medio.
Fortalecer el equipo requiere más dinámicas de fortalecimiento organizativo y de

generación de capacidades de comunicación digital, que mantenga como foco central la coherencia de ser un medio dirigido por las y los protagonistas de las comunidades.

5. La región Costa y la ciudad de Guayaquil en particular, han demostrado ser un buen punto de inicio para generar acciones orientadas a la sensibilización de la comunidad de acogida y la reducción de la xenofobia. Esto debido a la apertura de ambos grupos de interés y a las similitudes culturales. Ahondar en esas similitudes culturales, representa una oportunidad para producir contenido de interés a las personas de ambas comunidades.

Trabajo colaborativo

1. Participar en los eventos ejecutados por organizaciones de la sociedad civil y de cooperación internacional, a través de una agenda de incidencia interna planificada a inicios del proyecto, cumplió un rol primordial en la construcción del tejido social y en el posicionamiento de La Vereda como un medio comunitario comprometido con el trabajo en territorio y con la construcción de comunidades empáticas.
2. Cabe destacar, que se recomienda sostener la participación de La Vereda en acciones de incidencia en territorio y a nivel digital, junto a la red de movilidad humana y mejor aún si pueden construirse en conjunto agendas para la incidencia en movilidad humana en la región Costa para así poder trabajar de manera articulada y con objetivos a largo plazo.
3. Considerar las situaciones de vulnerabilidad que atraviesan los participantes es una parte vital del proceso. Adaptar la planificación a dichos cambios fue una solución efectiva para poder alcanzar los objetivos establecidos. Derivar oportunamente los casos que requieran la participación externa de profesionales expertos es también una medida necesaria para procurar que los derechos de las personas migradas sean protegidos.

Recomendaciones

Las personas en situación de movilidad humana se ven condicionadas por su origen nacional, atravesado por otras intersecciones que exacerbaban la violencia y vulnerabilidad contra ellxs. Atraviesan múltiples retos en su proceso de adaptación e integración a las sociedades de acogida, por lo que procurar que La Vereda sea un espacio seguro para ellxs debe ser un compromiso de los estudiantes y toda persona vinculada con La Vereda.

Si bien contactar a lideresas y líderes de las comunidades y de organizaciones de la sociedad civil, fue un buen punto de inicio donde retomar las acciones del medio, procurar establecer sinergias con medios comunitarios se vislumbra cómo un ejercicio clave para el crecimiento del medio.

La capacitación continua de los equipos de trabajo garantiza un mejor desarrollo de los procesos. La Vereda al ser un medio comunitario y estar conformado por un equipo base, es necesario que se evalúe de manera colaborativa el desempeño de cada uno de sus integrantes para conocer en cuáles aspectos se puede potenciar sus destrezas y conocimientos. El proyecto al ser parte de la universidad Casa Grande y contar con los docentes de la misma, posee la facilidad de acceder a profesionales que puedan impartir dichas capacitaciones en el área de comunicación, por lo que se vuelve imprescindible continuar fortaleciendo capacidades en lxs miembros del equipo base. Dentro de los talleres que se sugiere capacitar al grupo, se encuentra periodismo de investigación, ya que es una herramienta que les permitirá responder al contexto y aportar con contenido en temas coyunturales, basado en los principios que este tipo de periodismo trabaja. Cabe resaltar que los artes que brindaban información de temas actuales que se subieron en las redes sociales de La Vereda, son los que más interacciones generaron, por lo que esto le brindará mayor visibilización al medio.

Por otra parte, un factor importante para la sostenibilidad del equipo base es generar un tipo de financiamiento al proyecto, que permita obtener recursos para sus integrantes,

estableciéndose La Vereda como un medio de vida para quienes la conforman. Dentro de los módulos brindados en la presente edición, se ofreció planificación de proyectos con la docente Carolina Portaluppi, con quien se tuvo una primera aproximación a la planificación de un proyecto para el Día del Migrante. Sin embargo, quedó pendiente la elaboración de un proyecto que permita conseguir financiamiento de organizaciones no gubernamentales con la guía y retroalimentación de Carolina, quien está predispuesta a continuar contribuyendo con el proyecto.

La edición de La Vereda 2020 alojó contenido en la plataforma LaEscuela.PRO sobre redacción y creación de contenidos, storytelling, cómo hablar ante la cámara, manejo de cámara y difusión de contenidos. Este recurso se utilizó en la presente edición del proyecto para capacitar a personas en situación de movilidad humana y de la comunidad de acogida como generadores de contenido del medio. Al ser impartida en una modalidad asincrónica, se sugiere brindar espacios de acompañamiento virtuales, ya que es necesario brindar seguimiento a cada uno de lxs participantes, quienes también utilizan estos espacios como momentos de contención emocional al compartir sus experiencias.

Respecto al contenido que se presenta en las diversas plataformas del medio, se recomienda continuar recogiendo historias de vida de la comunidad venezolana creadas por ellxs mismos, visibilizando las capacidades que poseen y que representan un aporte a la comunidad de acogida. Al ser un medio intercultural es vital visibilizar la integración entre ambas nacionalidades, por lo que se sugiere presentar contenido que represente a Venezuela y Ecuador, por las similitudes que poseen ambos países, desde los enfoques que maneja el medio: de género, comunitario, de capacidades e intercultural. Igualmente al buscar una representación favorable de la migración es importante mostrar cómo las personas venezolanas que se sitúan en Ecuador han aportado al país y exhibir historias de nacionales comentando sus vivencias positivas con la comunidad venezolana.

En calidad de medio digital, es necesario contar con estrategias de comunicación que continúen fortaleciendo las plataformas que posee La Vereda, tanto incrementando el tráfico en la página web, como las interacciones y seguidores en las redes sociales. En este aspecto

se recomienda exponer contenido humorístico, debido a que es uno de los que más genera reacciones en los seguidores del medio. Este contenido funciona fundamentalmente dentro de la plataforma TikTok, la cual es ideal para viralizar piezas como estas.

Dentro de la comunidad creada, existen personas con recorridos periodísticos importantes. Hubo acercamientos previos e interés por ambas partes, se recomienda continuar con este enlace establecido y poder crear una red de apoyo periodístico. También crear publicaciones de interés general, es decir incidir en temas como: concepto de aporofobia y generar interacción haciendo que la audiencia dé sus opiniones. En estos temas se recomienda profundizar más, ya que es allí donde se puede acceder a contactos y establecer acuerdos monetarios o intelectuales.

La presencia permanente de colaboradores externos al equipo base puede resultar un incentivo para la continuidad de su labor en el medio. Mientras no se cuente con medios de vida asegurados para quienes dirijan La Vereda su sostenibilidad representará un reto. Para contrarrestar los posibles efectos negativos de esta realidad, se aconseja buscar la participación de pasantes, corresponsales y/o asesores que permitan compartir las actividades necesarias para la gestión del medio.

Por último, se recomienda desarrollar una agenda de incidencia que contenga campañas para redes sociales y actividades presenciales cuando la contingencia lo permita. Los tópicos se podrían establecer para meses importantes, como en diciembre que se conmemora el Día del Migrante y de los Derechos Humanos. Se sugiere acceder a contactos con organizaciones para poder generar más impacto. Para esto, se invita a observar los calendarios elaborados por organizaciones sociales, organizaciones de personas migradas en Ecuador y otros medios comunitarios. Por consiguiente, es importante considerar ampliar el alcance del contenido digital hacia los medios tradicionales y tratar de visibilizar más el trabajo realizado en redes sociales y web. Al crear estas campañas, el acercamiento a medios tradicionales será con un enfoque y un interés al cual dirigir la publicidad.

Referencias bibliográficas

ACNUR. (2021). Monitoreo de Protección. Informe Región Costa, septiembre de 2021. Recuperado de <https://reliefweb.int/report/ecuador/monitoreo-de-proteccion-informe-regi-n-costa-septiembre-2021>

Acosta, A., Calvopiña, V. & Cano, J. (2017). Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias. Consultado de: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/13410.pdf>

AFS Intercultural Programs. (2012). Modelo de Desarrollo de Sensibilidad Intercultural. Recuperado de: https://d22dvi4p3fop3.cloudfront.net/wp-content/uploads/sites/27/2019/02/13111042/DMIS_...forfriendsofAFS2012-ESP.pdf

Altamirano, G & Torres-Toukoumidis, A. (2019). *Análisis del discurso xenófobo hacia la migración venezolana en los comentarios de las publicaciones de Facebook pertenecientes a los diarios locales: El Mercurio y El Tiempo*. Recuperado de: <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/259-Texto-del-art%C3%AD%C2%ADculo-839-2-10-20210201.pdf>

Álvarez Gálvez, J. (2009). *La representación mediática de la inmigración. Entre el encuadre y el estigma*. Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Migraciones Internacionales, 61-80.

Bailac Y Català, M. M. (2003). El documentalista audiovisual. Profesional de la información. Recuperado de: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2003/noviembre/12.pdf>

Banco Mundial. (2021). *Ecuador: panorama general*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Barráez, D. Chirinos, A. (2020). *El impacto económico del COVID-19 en Venezuela: la urgencia del financiamiento externo*.

file:///C:/Users/XMARTINEZ/Downloads/UNDP-RBLAC-CD19-PDS-Number3-ES-
VEN.pdf

Bennett, M. J. (1986). Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity. In R. M. Paige (Ed.), *Cross-cultural orientation: New conceptualizations and applications* (pp. 27–70). New York: University Press of America

Bennett, M. J. (1993). Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity. In R. M. Paige (Ed.), *Education for the intercultural experience* (pp. 21–71). Yarmouth, ME: Intercultural Press.

Bermúdez, Y; Mazuera, R; Albornoz, N & Morffe, M. (2018). *Informe sobre movilidad humana venezolana*.

<http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/4619/PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Borboa, M. (2006). La interculturalidad: aspecto indispensable para unas adecuadas relaciones entre distintas culturas. El caso entre “Yoris” y “Yoreme” del Centro Ceremonial de San Jerónimo de Mochicahui, El Fuerte, Sinaloa, México.

Bowers, D. & Taylor, J. (1970). *The Survey of Organizations: Toward a Machine-Scored, Standardized Questionnaire Instrument*.

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>

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>

Caldevilla, D. (2010). *Las Redes Sociales: Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*.

Casquete, N., & Mejía, O. (2019). *Estructura organizativa horizontal*.

CEPAL. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Naciones Unidas: Santiago de Chile

CEPAL. (2020). *República Bolivariana de Venezuela*.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46070/91/EE2020_Venezuela_es.pdf

Cerdán J., & Fernández Labayen M. (2013). De sastres y modelos: Entre el postcolonialismo y la transnacionalidad en el documental experimental español. *Arte y Políticas de Identidad*. Recuperado de:

<https://revistas.um.es/reapi/article/view/191681>

Chiavenato, I. (1989). *Administración de Recursos Humanos*. Ed. McGraw Hill, Quinta. Edición, México.

Chuquiguanga, N. (2015). “*Estructuración del organigrama, elaboración del manual de funciones y manual de políticas internas para la empresa diserval de la ciudad de Cuenca en el período 2014-2015*”. Consultado de:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7760/1/UPS-CT004613.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008.

Cortina, A. (2017). *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. Editorial. Recuperado de: <http://mientrastanto.org/sites/default/files/pdfs/3707.pdf>

Delgado, M. (2007). *Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles*. Anagrama, Barcelona.

Denison, D. (1989). *What is organizational culture? Why Culture matters to your organization?*.

El Informe Belmont. (1979). *Principios y guías éticos para la protección de los sujetos humanos de investigación*. Comisión Nacional para la protección de los sujetos humanos de investigación biomédica y del comportamiento.

<http://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/norm/InformeBelmont.pdf>

El Universo. (2020). *Al menos 15% de población venezolana en Ecuador estaría en condición irregular*.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/21/nota/7701576/menos-15-poblacion-venezolana-ecuador-estaria-condicion-irregular/>

ENCOVI. (2017). *Encuesta Nacional de Condiciones de Vida Venezuela 2017*.

<https://assets.website->

files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/5eb9bfda4ed90d3d4e8e08f8_encovi-2017.pdf

Freire, P. (1972). *Pedagogía del oprimido*. Ed. Tierra Nueva y Siglo XXI.

ArgentinaEditores: Buenos Aires.

Gaibor, C. (2021). *Análisis de la ley orgánica de movilidad humana de migrantes venezolanos en Ecuador*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22864/1/T-UC-0010-FIL-1125.pdf>

García-Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.

García-Blaco. (2002). Virtualidad, realidad, comunidad. Un comentario sociológico sobre la semántica de las nuevas tecnologías digitales. *Papers*, 68, 81-106.

Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n68/02102862n68p81.pdf>

Gifreu Castells, Arnau (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona: UOC Press.

González, A. & Fazito, D. (2017). Mecanismos de selectividad y destinos principales de emigrantes argentinos y venezolanos: un análisis comparado. *Notas de Población*, N° 105, pp. 191-217. Santiago, Chile-(CELADE)-División de Población de la CEPAL. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43166-mecanismos-selectividad-destinos-principales-emigrantes-argentinos-venezolanos>

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.

Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes Ecuador. (2021). Evaluación conjunta de necesidades: informe de resultados, mayo 2021. Obtenido de: https://www.r4v.info/sites/default/files/2021-06/GTRM%20Evaluaci%C3%B3n%20Conjunta%20Necesidades%20-%20Mayo%202021_1.pdf

Gutiérrez, M. (2013). *La cultura organizacional, variable importante para obtener ventaja competitiva*. Consultado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutierrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=7693E336943A423EC23E83FECA17E99C?sequence=1>

Katzenbach, J. & Smith, D. (1993). *The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization*. Cambridge: Harvard Business Review Press.

Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28, 563-575.

Ley Orgánica de Comunicación. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ley Orgánica de Movilidad Humana. (2017). Suplemento de registro oficial.

Recuperado de: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2017/10973.pdf>

Luna, F. (2009). Elucidating the CONCEPT OF VULNERABILITY: layers not Labels, *International Journal of Feminist Approaches of Bioethics*, 2(1), 121-139.

Merton, R. (2002). *Teoría y estructura sociales*. Fondo de cultura económica.

México: 4ta edición reimpressa.

Millán, A. (1994). *Fundamentos socioculturales de la educación*. Consultado de:

<https://toaz.info/doc-viewer>

Moreno Vera, J. F. (2020). *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:*

evaluación del proceso de construcción del tejido social, dimensión estructural y del contenido informativo del proyecto La Vereda 2020 (Tesis de grado, Universidad

Casa Grande: Facultad de Administración y Ciencias Políticas). Repositorio digital de la Universidad Casa Grande.

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2484>

Moreno, P. J. P. (2013). Test de actitud prejuiciosa(tap): evidencias de validez en el contexto del proceso de aculturación en grupos mayoritarios y minoritarios (Doctoral dissertation, Universidad de Almería).

Niño, Y; Álvarez, C & Locatelli, F. (2020). *Migración venezolana, aporofobia en Ecuador y resiliencia de los inmigrantes venezolanos en Manta, período 2020.*

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072020000400092

Observatorio venezolano de conflictividad social. (2018). *Conflictividad social en Venezuela en enero de 2018*. <https://www.observatoriodeconflictos.org.ve/sin-categoria/conflictividad-social-en-venezuela-en-enero-de-2018>

OEA. (2021). El grupo de Trabajo de la OEA para la Crisis de Migrantes y Refugiados Venezolanos en la Región publicó hoy [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CR7AvIsBg55/?utm_medium=copy_link

OIT. (2020). *Sectores económicos con potencial para la inclusión laboral de migrantes y refugiados venezolanos en Quito y Guayaquil*. Obtenido de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_759355.pdf

OMS. (2020). *¿Qué son los coronavirus?*. Recuperado de: *¿Qué es COVID-19 y por qué la OMS eligió este nombre?* - Radio Fórmula (radioformula.com.mx)

Oroza, R. & Puente, Y. (2017). *Migración y comunicación: su relación en el actual mundo globalizado*. *Revista Novedades en Población*, 3 (25), pp. 10 - 26.

Pacheco, L. (2012). Documentales Sociales Participativos, talleres en comunicación audiovisual para la transformación. *Comunicación*, (29), 113-128.

Pedrosa, I., Suárez-Álvarez y García-Cueto, E. (2013). Evidencias sobre la Validez de Contenido: Avances Teóricos y Métodos para su Estimación. *Acción Psicológica*, 10(2), x-xx. <http://dx.doi.org/10.5944/ap.10.2.11820>

Pérez-Escoda, A., Jiménez-Narros, C., Perlado-Lamo-de-espinosa, M., & Pedrero-Esteban, L. (2020). Social Networks' Engagement during the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media vs. Healthcare Professionals. *International Journal of*

Environmental Research and Public Health, 17(14), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17145261>

Piaget, J. (1980). *Psicología y pedagogía*. Barcelona: Editorial Ariel.

Ramos, D. (2012). *El clima organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de abordaje*. Recuperado de:

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/2111/Monografia%20Clima%20Organizacional.pdf;jsessionid=DE6DA70092333A5CD83018716E737F6C.jvm1?sequence=1>

Reliefweb. (2021). *Ecuador: Reporte de situación – Marzo 2021*. Recuperado de: <https://reliefweb.int/report/ecuador/ecuador-reporte-de-situacion-marzo-2021>

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. Recuperado de:

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

Robbins, S. & Coulter, M. (2005). *Administración*. Prentice Hall inc. México: VIII edición.

Rodríguez Arocho, W. C. (1999). El legado de Vygotski y de Piaget a la educación. *Revista latinoamericana de psicología*, 31(3), 477-490.

Rogers, W., Mackenzie, C. y Dodds, S. (2012). Why Bioethics Needs a Concept of Vulnerability. *International Journal of Feminist Approaches of Bioethics*, 5(2), 11-38

Rojas, L. (2018). “*Actualización de la estructura organizacional de la empresa Pezzani y Otárola Ltda., para implementar las respectivas descripciones de cargo*”.

Recuperado de:

http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2723/1/Rojas_Luis_Jos%C3%A9.pdf

Rojas, A. J., Navas-Luque, M., Pérez-Moreno, P. J., Cuadrado-Guirado, M. I., & Lozano-Rojas, O. M. (2012). Test de Actitud Prejuiciosa(TAP): Estudios de fiabilidad y evidencias de validez basadas en la estructura interna en autóctonos e inmigrantes. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 28(3), 921-927.

R4V. (2021). *Refugiados y migrantes venezolanos en la región*.

<https://www.r4v.info/es/document/r4v-america-latina-y-el-caribe-refugiados-y-migrantes-venezolanos-en-la-region-julio-2021>

Said -Mohand, A. (2013). El diseño inverso en la adquisición de una segunda lengua: su aplicación en el desarrollo de unidades temáticas. Recuperado de <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:28c3c8cc-faa9-4552-82af-98830175d30f/2013-redele-25-05aixa--said-mohand-pdf.pdf>

Santi, M. F. (2015) Vulnerabilidad y ética de la investigación social: perspectivas actuales. *Revista Latinoamericana de Bioética*, 2(29), 52-73. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7908565.pdf>

Sturiza, D. (2020). *El uso de plataformas digitales en tiempos de pandemia*. Recuperado de:

El uso de plataformas digitales en tiempos de pandemia – Cognitiva

Sayad, A. (1999). Estado, nación e inmigración. El orden nacional ante el desafío de la inmigración. *Peuples méditerranéens*, París.

Sucari, J. (2017). El documental social participativo: el protagonista como sujeto de la historia. *Obra digital: revista de comunicación*, (12), 69-85.

The Social Media Family. (2020). *VI Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España. The Social Media Family*. Recuperado de:

<https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>

Tobar, L. (2021). *LA ECONOMÍA PARA EL NUEVO PRESIDENTE DEL ECUADOR*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Luis-Tobar-Pesantez/publication/351800865_LA_ECONOMIA_PARA_EL_NUEVO_PRESIDENTE_DEL_ECUADOR/links/60ab095d299bf1031fc415a1/LA-ECONOMIA-PARA-EL-NUEVO-PRESIDENTE-DEL-ECUADOR.pdf

Tuan, Y. (1977). *Space and place: the perspective of experience*. Recuperado de: https://www.academia.edu/33246472/YiFuTuan_SpacePlace_pdf_18_page

UICN & DANIDA. (2020). *Guía para la elaboración de estrategias de comunicación para la incidencia política*. Obtenido de:

https://www.iucn.org/downloads/uicn_estrategia_de_comunicacion.pdf

Vallecilla Buenaventura, D. (2018). *Aspectos positivos de la diversidad cultural gracias a la migración: campaña Soy Pluralidad: diferencias que suman*. Quito.

Vargas, C. (2018). *La migración de Venezuela como dimensión de la crisis*.

<http://www.cries.org/wp-content/uploads/2018/09/009-Vargas.pdf>

Van Dijk, T. (2007). *Discurso racista. Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Universidad de Salamanca, 9-18.

Vera, L. (2018). *¿Cómo explicar la catástrofe económica venezolana?*. Nueva sociedad, 274. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/como-explicar-la-catastrofe-economica-venezolana>

Vygotsky, L. (1978). *Mind In Society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Wiggins, G., Mc Tighe, J. (2011). *The Understanding by Design guide to creating high-quality units*. Alexandria, VA: ASCD.

Ynciarte, E. (2021). *Encuadres de la migración venezolana: un análisis del framing informativo en los medios digitales El Tiempo (Colombia) y El Comercio (Ecuador)*.

Recuperado de:

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/view/35468/37578>

Zamanzadeh, V., Ghahramanian, A., Rassouli, M., Abbaszadeh, A., Alavi-Majd, H., & Nikanfar, A. R. (2015). Design and implementation content validity study: development of an instrument for measuring patient-centered communication. *Journal of caring sciences*, 4(2), 165.

Zülfük, M. (2018). Intercultural Sensitivity: A study of Pre-service English Language Teachers. *Journal of Communication*, 46(2). Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/profile/Mustafa-Altan-](https://www.researchgate.net/profile/Mustafa-Altan-2/publication/324363306_Intercultural_Sensitivity_A_Study_of_Pre-service_English_Language_Teachers/links/5acbcc6c0f7e9bcd5199c593/Intercultural-Sensitivity-A-Study-of-Pre-service-English-Language-Teachers.pdf)

[2/publication/324363306_Intercultural_Sensitivity_A_Study_of_Pre-](https://www.researchgate.net/profile/Mustafa-Altan-2/publication/324363306_Intercultural_Sensitivity_A_Study_of_Pre-service_English_Language_Teachers/links/5acbcc6c0f7e9bcd5199c593/Intercultural-Sensitivity-A-Study-of-Pre-service-English-Language-Teachers.pdf)

[service_English_Language_Teachers/links/5acbcc6c0f7e9bcd5199c593/Intercultural-Sensitivity-A-Study-of-Pre-service-English-Language-Teachers.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mustafa-Altan-2/publication/324363306_Intercultural_Sensitivity_A_Study_of_Pre-service_English_Language_Teachers/links/5acbcc6c0f7e9bcd5199c593/Intercultural-Sensitivity-A-Study-of-Pre-service-English-Language-Teachers.pdf)

Anexos

Índice de Anexos

Anexo 1. Árbol de Problemas.....	138
Anexo 2a. Ítems del Test TAP	142
Anexo 2b. Test TAP inicial aplicado a personas en situación de movilidad humana del equipo base	142
Anexo 3. Test TAP final aplicado a personas en situación de movilidad humana del equipo base a la salida.	143
Anexo 4. Test TAP inicial aplicado al integrante de la sociedad de acogida.....	144
Anexo 5. Test TAP final aplicado al integrante de la sociedad de acogida.....	145
Anexo 6. Entrevista semiestructurada: preguntas guía.....	146
Anexo 7. Formulario de consentimiento informado.....	147
Anexo 8. Árbol de problemas de proyecto por el Día del Migrante.....	148
Anexo 9. Estructura organizacional.....	149
Anexo 10. Tutores de las capacitaciones.....	153
Anexo 11. Diseño de los módulos de las capacitaciones.....	154
Anexo 12. Encuesta de satisfacción.....	173
Anexo 13. Test TAP a integrantes del equipo base en situación de movilidad humana.....	175
Anexo 14. Test TAP a integrantes del equipo base de la comunidad de acogida.....	178
Anexo 15. Cronograma de planificación para el Día del migrante.....	182
Anexo 16. Diseño módulo de Introducción a las Tecnologías de la Información y Comunicación a generadores de contenido.....	183
Anexo 17. Encuesta a generadores de contenido sobre conocimientos y disponibilidad de horarios.....	186
Anexo 18. Encuesta sobre intereses de generadores de contenido.....	188

Anexo 19. Encuesta de satisfacción de la capacitación virtual de generadores de contenido.....	189
Anexo 20. Línea Gráfica.....	192
Anexo 21. Plataforma interactiva: Documental social participativo.....	193
Anexo 22. Participación de La Vereda en actividades organizadas por ONG's.....	194
Anexo 23. Metodología de elaboración de estrategia de comunicación.....	196
Anexo 24. Bitácora de recolección de material audiovisual.....	196

Anexo 1. Árbol de problemas

	Inmediato	Mediato	A largo plazo
Macro social	Vulneraciones de DDHH fundamentales de personas venezolanas en condición de movilidad humana		
Efectos	Retroalimentación de prejuicios	Acceso limitado a medios de vida	Discriminación laboral
		Deserción escolar de NNA	Ausencia de atención sanitaria durante la pandemia
		Desalojo de viviendas	Aumento de condiciones de vulnerabilidad
		Delitos de odio	Dificultad de acceso a la justicia en caso de explotación laboral y precariedad, por falta de documentación
	Discriminación por parte de los	Rechazo en lugares públicos	

**Relaciones
interculturales
forzadas entre
personas de origen
venezolano e
integrantes de la
sociedad receptora***

Incumplimiento de
normativa
internacional y
nacional en materia de
migración

Débil intervención del
Estado ecuatoriano
respecto al
cumplimiento de los
DDHH

Ausencia de la
aplicación de la figura
de refugiados

Xenofobia articulada
desde el discurso de
las autoridades del
gobierno

Uso del miedo político
a la crisis venezolana
como estrategia
retórico-argumentativa
de las campañas
electorales
ecuatorianas

Migración venezolana
en contexto de crisis

**Percepción
desfavorable sobre
las personas
migradas de origen
venezolano por
partes de la sociedad
receptora***

El nivel de aceptación
del migrante depende
de los recursos
económicos y del
tiempo de estancia

Invisibilización de
talento humano por
estatus migratorio

Idea de “amenaza” en
el área laboral por la
población local,
sectores privados
suelen contratar a
migrantes por un
menor sueldo

Sesgo etnocentrista
por parte de los
medios

**Narrativa en medios
de comunicación
atravesada por la
xenofobia***

Medios de
comunicación
tradicionales crean una
retórica de aporofobia
hacia los migrantes
venezolanos

Generando un
imaginario colectivo de
ver al migrante no
como alguien que
puede aportar al país,
sino como un intruso

Se difunde una imagen
anacrónica de la
realidad venezolana

Difusión limitada de
historias diversas
sobre la migración
venezolana

Fomento de un
discurso unívoco sobre
la migración
venezolana

Ausencia de un espacio
que visibilice historias
de lucha y resiliencia
de la comunidad
migrante venezolana

Medios optan por
artículos
sensacionalistas y
morbosos para tener
más impacto en el
lector

La difusión de la
información sin
comprobar incita a
actos de violencia en
base a la xenofobia

Carencia de
información académica
en periodistas
ecuatorianos sobre
temas de movilidad
humana

Estructural

**La sociedad ecuatoriana ha sido gestada en función de una
matriz de desigualdad**

***Causas críticas en las cuales se buscó incidir**

Anexo 2a. Ítems del Test TAP

Componente cognitivo (opinión sobre el exogrupo): Valore las siguientes cuestiones empleando la siguiente escala de respuesta: 1: Muy malos; 2: Malos; 3: Ni malos ni buenos; 4: Buenos; 5: Muy buenos.
 Piense en las personas (del exogrupo) y dígame, ¿Cómo cree Ud. que son...
 ÍTEM 1. Su sistema político y de gobierno (forma en que se eligen los gobiernos, forma en que funcionan, participación política, leyes, etc.).
 ÍTEM 2. Su sistema de bienestar social (educación, sanidad y servicios sociales).
 ÍTEM 3. Sus formas de trabajar (ritmo de trabajo, horario, condiciones laborales -p.e., desempleo, eventualidad, etc.).
 ÍTEM 4. Sus hábitos de consumo y economía doméstica (productos que compran, tipo de comida que consumen, economía familiar -p.e., dinero que gastan y ahorran, forma de administrar lo que tienen, etc.).
 ÍTEM 5. Sus relaciones sociales (forma de relacionarse, lugares habituales de relación social, uso del tiempo libre y formas de divertirse, etc.).
 ÍTEM 6. Sus relaciones familiares (forma de relacionarse con la pareja, hijos-as, las personas mayores de la familia, reparto de roles o funciones, etc.).
 ÍTEM 7. Sus creencias y prácticas religiosas (creencias, prácticas y cumplimiento personal de obligaciones o prohibiciones religiosas).
 ÍTEM 8. Sus valores (respeto a las personas mayores, forma de educar a los hijos-as, igualdad entre hombres y mujeres, papel de la religión en la vida, etc.).
Componente afectivo (emociones): En general, ¿en qué grado ha sentido Ud. las siguientes emociones hacia las personas (del exogrupo)?
 Utilice la siguiente escala para responder: 1: Nada; 2: Pocos; 3: Algo; 4: Bastante; 5: Mucho.
 ÍTEM 9. Admiración; ÍTEM 10. Desconfianza; ÍTEM 11. Simpatía; ÍTEM 12. Incomodidad; ÍTEM 13. Inseguridad; ÍTEM 14. Respeto; ÍTEM 15. Indiferencia.
Componente conativo/conductual (distancia social):
 ÍTEM 16. Si pudiera elegir, ¿hasta dónde estaría usted dispuesto/a a llegar en su relación con personas (del exogrupo)? (se pueden señalar varias):
 a. A formar una familia con una persona (del exogrupo) o tener una pareja (del exogrupo).
 b. A que mis hijos o hijas eligieran como pareja a una persona (del exogrupo).
 c. A tener amigos-as (del exogrupo).
 d. A tener vecinos-as o compañeros-as de trabajo (del exogrupo).
 e. Prefiero no tener relación con personas (del exogrupo).

Activate Windows
 Go to Settings to activate Windows.

Anexo 2b. Test TAP inicial aplicado a personas en situación de movilidad humana del equipo base

Componentes	Ítems	Puntuación grupal	Suma del componente	Resultado ponderado	Resultado final
<i>Cognitivo</i>					
	1	11			
	2	12			
	3	14			
	4	12			
	5	7			
	6	7			
	7	11			
	8	8			
			82	2,05	
<i>Afectivo</i>					
	9	7			
	10	9			
	11	7			
	12	10			

	13	8		
	14	8		
	15	9		
			58	2,07
<hr/>				
<i>Conativo / conductual</i>				
	16	8		
			8	2
<hr/>				
				6, 12
<hr/>				

Anexo 3. Test TAP final aplicado a personas en situación de movilidad humana del equipo base a la salida.

Componentes	Items	Puntuación grupal	Suma del componente	Resultado ponderado	Resultado final
<hr/>					
<i>Cognitivo</i>					
	1	13			
	2	13			
	3	17			
	4	11			
	5	15			
	6	12			
	7	17			
	8	10			
			108	2, 7	
<hr/>					
<i>Afectivo</i>					
	9	10			
	10	10			
	11	10			
	12	10			
	13	12			
	14	9			
	15	11			
			72	2, 57	
<hr/>					

*Conativo /
conductual*

16

9

9

2, 25

7, 52

Anexo 4. Test TAP inicial aplicado al integrante de la sociedad de acogida.

Componentes	Items	Puntuación grupal	Suma del componente	Resultado ponderado	Resultado final
<i>Cognitivo</i>					
	1	3			
	2	2			
	3	3			
	4	3			
	5	4			
	6	4			
	7	4			
	8	4			
			27	3, 37	
<i>Afectivo</i>					
	9	2			
	10	2			
	11	2			
	12	2			
	13	1			
	14	2			
	15	2			
			13	1, 85	
<i>Conativo / conductual</i>					

16	2	2	2	7,22
----	---	---	---	------

Anexo 5. Test TAP final aplicado al integrante de la sociedad de acogida.

Componentes	Items	Puntuación grupal	Suma del componente	Resultado ponderado	Resultado final
<i>Cognitivo</i>					
	1	3			
	2	4			
	3	3			
	4	3			
	5	2			
	6	3			
	7	3			
	8	2			
			23	2,87	
<i>Afectivo</i>					
	9	2			
	10	4			
	11	1			
	12	3			
	13	4			
	14	1			
	15	3			
			18	2,57	
<i>Conativo / conductual</i>					

Anexo 6. Entrevista semiestructurada: preguntas guía

¿Cómo te presentarías? ¿Si tuvieras que presentarte al mundo qué cualidades dirías?

¿Cuáles son los aprendizajes que te ha dejado este recorrido y que te gustaría compartir con otros?

¿Cuál es el objeto que te ha acompañado a lo largo del camino? ¿Tienes alguna historia que te gustaría contar?

¿A lo largo de tu viaje te has conectado con nuevas personas? ¿Te parece que se han tejido vínculos comunitarios? ¿Esa comunidad ha jugado algún rol en el recorrido que has atravesado?

Trasladándonos al lado de las organizaciones, ¿cuál es el rol que han tenido las ONGs u OSC en tu tránsito hacia y dentro de Ecuador?

¿Cuáles son las palabras ecuatorianas que más han llamado tu atención?

¿Qué cosas dentro de Ecuador te recuerdan a tu país de origen?, ¿qué cosas de Bucay te recuerdan a tu zona de origen?

¿Te gusta la música ecuatoriana?, ¿tienes alguna canción favorita?, ¿te gustaría recomendarnos alguna canción de tu lugar de origen?

¿Qué piensas sobre la representación de la población migrante/venezolana en los medios de comunicación nacionales?

Nota. Esta herramienta se utilizó en las dos Caravanas de Solidaridad en las que participó La Vereda TV.

Anexo 7. Formulario de consentimiento informado



Formulario consentimiento informado

La Vereda.TV es un medio de comunicación que busca fomentar la integración entre personas en situación de movilidad humana y la sociedad receptora ecuatoriana mediante el desarrollo de capacidades en comunicación y contenido digital. En esta caravana 8/10/2021, La Vereda.TV busca elaborar productos audiovisuales y fotográficos que visibilicen lo diversa que es la movilidad humana, así como las acciones de ayuda humanitaria y de integración propiciadas por las organizaciones de la sociedad civil.

Su participación es voluntaria. Participará en entrevistas grabadas y fotografías vivenciales. Autoriza a hacer uso de su imagen y la de sus hijos/as menores de edad. Así como de sus historias, mediante nombre protegido. Le garantizamos que el material recolectado tendrá uso informativo y sin fines de lucro. Usted está en su derecho de decidir qué contarnos y terminar en cualquier momento la entrevista. Se respetará su privacidad y/o anonimato.

+Información y contacto

Denisse Andrade, Integrante Equipo La Vereda.TV: +593968219690

Correo: laveredatv2021@gmail.com Página web: <https://www.lavereda.tv/>

Instagram: @lavereda.tv

Facebook: lavereda.tv

Nombre y firma facilitador/a:

.....desprendible.....

Confirmación consentimiento informado

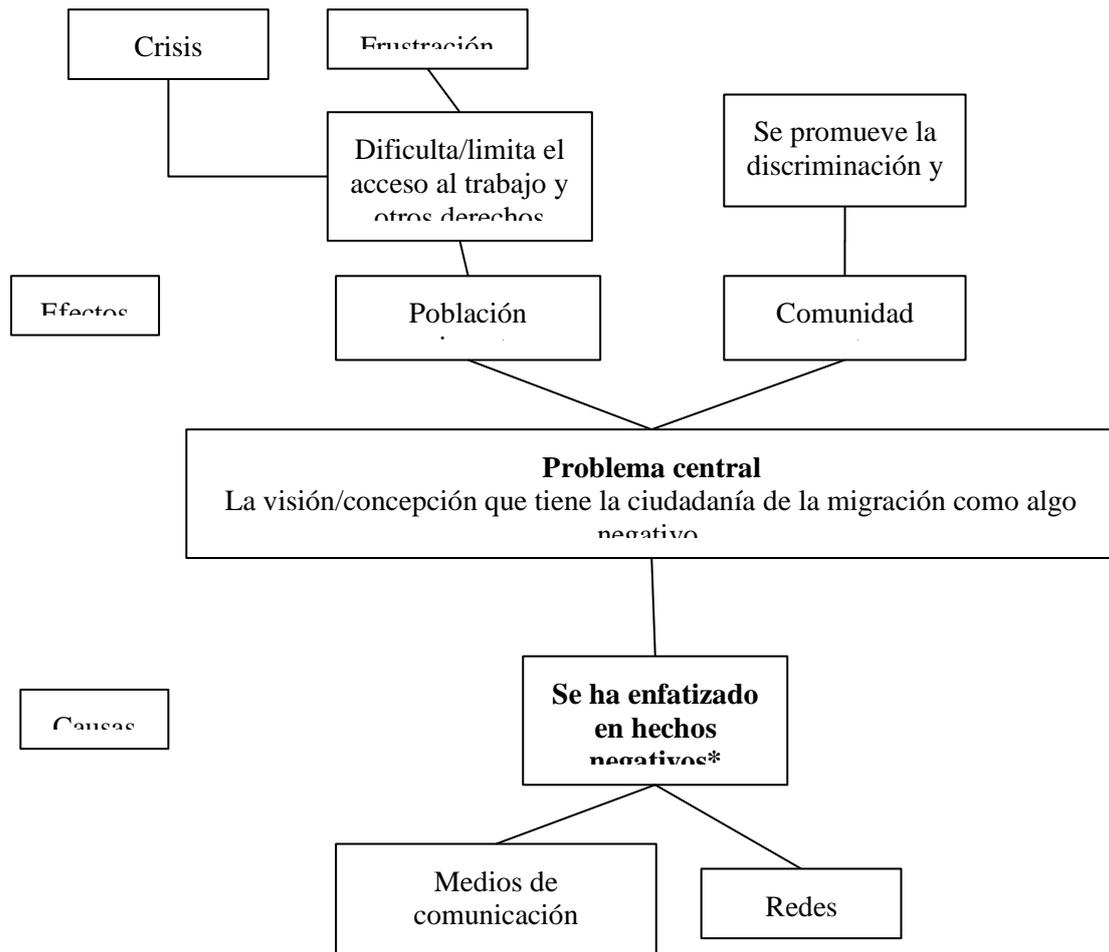
Yo _____, satisfecho por la información brindada por el equipo de La Vereda.TV, acepto voluntaria y libremente participar en esta entrevista. He sido informado que este material obtenido se utilizará en diversos formatos con fines informativos.

Nombre y firma facilitador/a:.....

Firma de participante: **Fecha:**.....



Anexo 8. Árbol de problemas de proyecto por el Día del Migrante

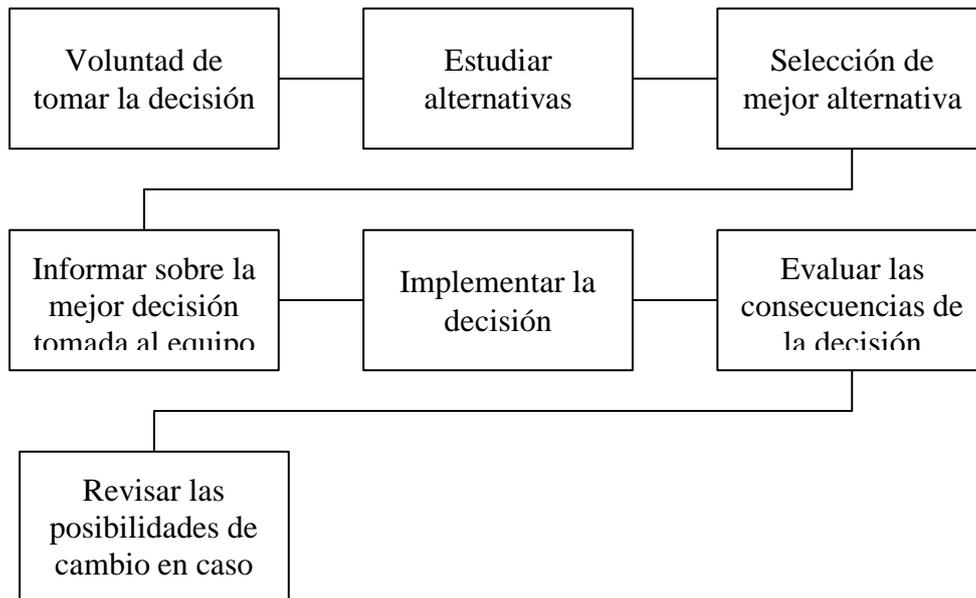


Nota. Elaboración por integrantes del equipo base

Anexo 9. Estructura organizacional

Gráfico 3

Flujo de la toma de decisiones



Nota. Gráfico del flujo de la toma de decisiones del equipo base

Gráfico 4

Cultura organizacional



Nota. Pilares que conforman la cultura organizacional del equipo base

- **Equipo comprometido:** más allá de conocer los valores organizacionales o la misión y la visión del medio de comunicación digital, el equipo debe estar conformado por personas honestas, responsables que se “pongan la camiseta del negocio” a la hora de gestionar sus funciones, comprendiendo que el enfoque principal es socializar las historias de cada migrante venezolanx.
- **Comunicación participativa:** cada integrante del grupo participa de forma democrática en las propuestas generales de las áreas. En cuanto a la cultura organizacional, la crean los colaboradores, por ende, se establecen a partir de las creencias y formas de pensar de los miembros del equipo. De esta manera se sienten más familiarizados con la organización.
- **Fomentar un ambiente conversacional:** dentro de este medio de comunicación digital, se debe trabajar de manera respetuosa, comprendiendo que todos los cargos son igual de relevantes y manejan el mismo rol jerárquico. En este equipo las críticas son oportunidades de mejora netamente y predomina la comunicación interpersonal ante cualquier eventualidad.
- **Vivir los valores organizacionales:** al iniciar un proceso de reclutamiento, se considera en contratar a un personal que se identifique con los valores organizacionales del medio de comunicación digital. Así cada colaboradora fomenta

la cultura organizacional de forma exitosa y trabajará con ética, compromiso y sobre todo con el profesionalismo que este medio conlleva.

Clima organizacional

Para el medio de comunicación digital “La Vereda”, se ha considerado establecer la teoría de Bowers y Taylor (1970), profesionales de la Universidad de Michigan quienes elaboraron una propuesta de clima organizacional, enfocada en 5 dimensiones que cumplen con la creación de un buen ambiente laboral.

Apertura a cambios tecnológicos: la tecnología juega un papel fundamental en este medio de comunicación, ya que se trabaja con equipos de producción de calidad para realizar entrevistas, videos, fotografía y posteriormente se edita y se diseña en programas modernos para la edición de los videos.

Recursos humanos: se ofrece a los profesionales del medio de comunicación, capacitaciones que brindan la oportunidad de aprender diferentes funciones y actividades que les ayudará a los colaboradores a lo largo de su vida profesional.

Comunicación: se maneja una comunicación bilateral entre colaboradores, puesto que no existe ningún rango jerárquico en el organigrama, adicional se establecen reuniones para comentar cualquier detalle o sugerencia en alguna actividad particular.

Motivación: en este medio de comunicación digital se maneja la **motivación intrínseca** donde los colaboradores tienen la oportunidad de aprender diferentes disciplinas de las ramas de la comunicación como la producción multimedia y la reportería. También al existir un buen ambiente organizacional, donde los colaboradores se alientan entre sí, existe el deseo de hacer las cosas bien por necesidad propia.

Toma de decisiones: los colaboradores juegan un papel fundamental a la hora de la toma de decisiones pues son quienes solucionan y buscan alternativas ante cualquier eventualidad imprevista o actividad planificada a realizarse. Se establecen reuniones periódicas para prevenir estos posibles problemas que puedan presentarse.

Manual de convivencia

Introducción

El presente manual de convivencia busca promover y cumplir con las obligaciones, responsabilidades y deberes en el medio de comunicación digital comunitario e intercultural

de “La Vereda”, para mantener y lograr un ambiente de trabajo armónico que contribuya al desarrollo profesional y personal.

Los integrantes del equipo hacia el medio de comunicación digital de “La Vereda”

- Respetar y guardar la información confidencial a la que se tenga acceso.
- Respetar los principios y valores del medio.
- Realizar las actividades planteadas previamente con responsabilidad, o en el caso de algún imprevisto comunicarlo a los demás compañeros.
- Promover a La Vereda como una ventana abierta a los migrantes.
- Estar comprometidos con el objetivo de La Vereda.
- Respetar el protocolo de comunicación interna.
- Manejar un lenguaje inclusivo y positivo con la comunidad con la que se está trabajando.
- Prevaler el interés del medio sobre lo personal.

Los integrantes del equipo con sus compañeros de trabajo

- Escuchar y respetar las ideas y opiniones de los demás, permitiendo una interacción equitativa y justa para todos.
- Someter a votación las propuestas que surjan como actividades del medio, y el voto de la mayoría es el que se emplea.
- Respetar a los demás como individuos y valorar su conocimiento y potencial.
- Cumplir con la asistencia a las reuniones mensuales para coordinar las actividades del equipo.
- Velar por el cumplimiento de las agendas de trabajo: reuniones y actividades por desarrollar.
- Brindar un trato gentil y respetuoso con los demás compañeros de trabajo.
- Cooperar e interactuar con los compañeros de trabajo para facilitar el trabajo en equipo.
- Respetar la vida privada de los compañeros de trabajo.

Se deben evitar

- Relacionarse con temas políticos y de religión.
- Aislar o excluir a una persona del equipo.

- Expresarse de manera ofensiva sobre la persona, utilizando palabras groseras o cuestionando sobre, la raza, el género, creencias religiosas.
- Descalificar las actividades realizadas por otros compañeros con mala intención.
- Usar el medio para transmitir mensajes personales.
- Otorgar juicios de valor.

Anexo 10. Tutores de las capacitaciones

Tutores de las capacitaciones

Módulos	Recursos	Perfil profesional requerido	Responsables
Inducción a La Vereda como medio comunitario intercultural		Grupo PAP La Vereda	Estudiantes del grupo PAP La Vereda
Producción audiovisual	Acceso a internet Zoom App, dispositivo electrónico (computadora, laptop, tablet)	Productor/a audiovisual, expertos en multimedia	Braian Castillo
Fundamentos del periodismo	Diapositivas	Periodistas, comunicadores sociales.	Yasmina Heras, Johnny Molina
Diseño gráfico	Sala de clase de la UCG Proyector	Diseñador/a gráfico.	Pamela Villavicencio
Manejo de redes sociales	Instalaciones UCG	Community managers, expertos en marketing digital.	Maialen Fernández
Planificación de proyectos		Experiencia planificando proyectos	Carolina Portaluppi

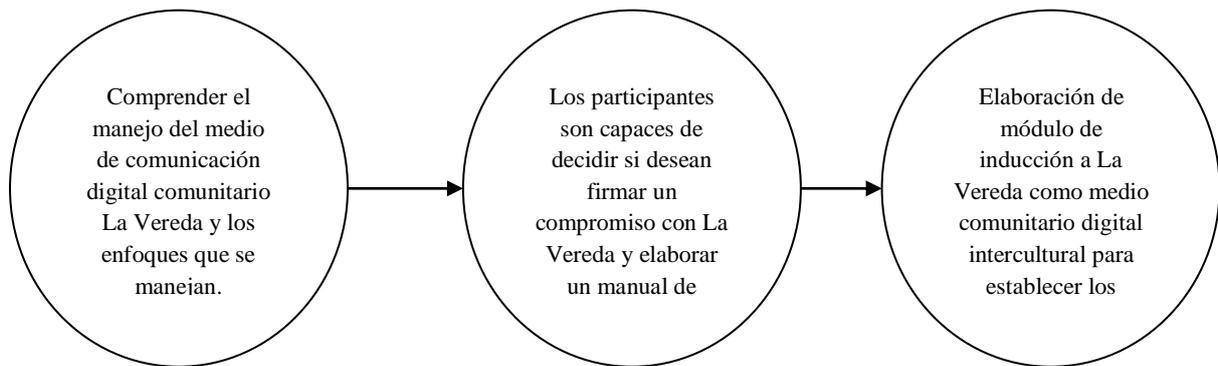
Anexo 11. Diseño de los módulos de las capacitaciones

Objetivo General

Desarrollar capacidades y reforzar conocimientos en los miembros del equipo base para manejo del medio digital de La Vereda a partir de un abordaje comunitario.

Módulos

Módulo 1: Inducción a La Vereda como medio comunitario intercultural



Objetivo del módulo

Lograr que los participantes del equipo base comprendan el manejo de La Vereda como medio de comunicación digital comunitario y tengan a su disposición herramientas propias de los enfoques del medio.

Objetivos de destrezas

Los participantes logran interiorizar el funcionamiento de La Vereda lo que les permite elaborar un manual de convivencia acorde a los valores del medio.

Objetivos de conocimiento

- Adquirir conocimientos básicos del funcionamiento del medio de comunicación digital comunitario intercultural.
- Conocer la normativa jurídica del funcionamiento de medios comunitarios.
- Adquirir herramientas propias de los enfoques que se manejan en La Vereda.

Clases de conocimientos

- Manual de Estilo del medio.
- Flujo de toma de decisiones.
- Organigramas que se manejan en el medio.
- Conceptos de medio de comunicación digital, comunitario, intercultural.

Objetivos actitudinales

- Compromiso
- Sentido de pertenencia
- Cohesión
- Fortalecimiento de autopercepción favorable

Cronograma

Módulo 1: Inducción a La Vereda como medio comunitario intercultural

Fecha: viernes 3 de septiembre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y propósito del taller.	-	2 minutos
Presentación de integrantes del PAP	Dar a conocer al equipo del PAP	-	5 minutos
Introducción al medio	Exponer el origen de La Vereda y su objetivo para que los participantes puedan entender y profundizar en la función del medio.	<p>¿Qué es La Vereda?</p> <p>¿Cómo inició La Vereda?</p> <p>¿Cuál es el objetivo de La Vereda?</p>	5 minutos

Explicar por qué es un medio comunitario digital intercultural	Los participantes son capaces de comprender los conceptos orientados a medios de comunicación comunitarios para saber el enfoque que posee La Vereda.	Presencia digital: redes social y página web Conceptos de medio de comunicación comunitario y experiencias o ejemplos Conceptos de medio intercultural y experiencias o ejemplos.	15 minutos
Presentar la estructura organizacional del medio de comunicación digital La Vereda.	Explicar el funcionamiento interno (estructura organizacional) del medio de comunicación digital La Vereda.	Organigrama de La Vereda Tv. Organigrama del equipo base. Misión, visión y valores. Proceso de toma de decisiones. Cultura organizacional del medio. Clima organizacional del medio. Herramientas de comunicación interna.	20 minutos
Exponer el manual de estilo de La Vereda.	Profundizar en los lineamientos del manual de estilo de La Vereda para que los participantes sepan de los criterios que se deben considerar al momento de redactar o diseñar algún texto o arte.	Manual de Estilo Herramientas de enfoque de género y de movilidad humana.	20 minutos
TEST TAP	Identificar los procesos		10 minutos

Espacio para diálogo	Despejar dudas e inquietudes en los participantes.	Se presentan dudas, se realiza un proceso de retroalimentación.	5-10 minutos
Cierre	-	Agradecimientos, información de la siguiente reunión.	5 minutos

Fecha: jueves 30 de septiembre

Bienvenida	Presentar la temática y propósito del taller.	-	2 minutos
Explicación de qué es un manual de convivencia	Dar a conocer a los participantes los conceptos relacionados al manual de convivencia y su función.	-¿Qué es un manual de convivencia? -Utilidad del un manual de convivencia	10 min
Dinámica para elaborar manual de convivencia	Se crea un manual de convivencia para el equipo base del medio de comunicación digital de La Vereda.	Elaboración de Manual de convivencia	40 minutos
Cierre	-	Se finaliza el módulo de introducción, agradecimientos e información de la siguiente reunión.	5 minutos

Módulo 2: Diseño gráfico



Objetivo del módulo

Generar conocimientos básicos sobre la creación de piezas gráficas utilizando interfaces amigables para producir artes que generen impacto respetando el manual de marca de La Vereda

Objetivos de destrezas

Cada participante logra desarrollar un nivel básico en el manejo de

- Plataformas de diseño
- Lectura de manual de marca
- Tipografías y cromática
- Diagramación

Objetivos de conocimientos

Conocimientos básicos en fundamentos del diseño

Objetivos aptitudinales y actitudinales

- Proactividad
- Inspiración
- Motivación
- Creatividad
- Compromiso
- Organización

- Constancia

Clases de conocimientos

- Tipografía
- Teoría del color
- Conceptualización
- Diagramación

Cronograma

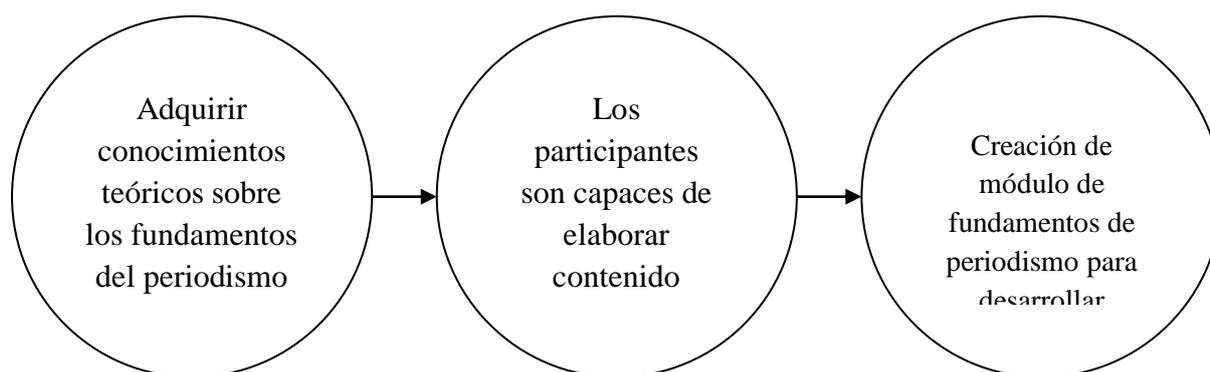
Módulo 2: Diseño Gráfico

Fecha: viernes 10 de septiembre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y el propósito del taller.	-	2 minutos
Archivos en la nube de Gmail	Explicar cómo guardar archivos en la nube de Gmail.	-Qué es Gmail. -Almacenamiento en la nube, cómo guardar fotos y videos.	20 minutos
Canva	Precisar la utilidad de la herramienta Canva y explicar con un ejemplo los detalles que posee.	-Utilidad de la herramienta canva para diseño. -Panel de canva. -Formatos de canva.	20 minutos
Perfil de Instagram La Vereda	Revisar el perfil de Instagram de La Vereda para identificación de la línea gráfica	-Línea gráfica de La Vereda. -Diferencias entre categorías de La Vereda.	10 minutos

Ejercicio práctico de fotografía instalaciones de la UCG	Participantes desarrollan capacidades de fotografía en espacios de la UCG	-Planos de fotografía -Recomendaciones de la docente	30 minutos
Cierre	-	Se finaliza el módulo de diseño gráfico, agradecimientos, información de la siguiente reunión.	2 minutos

Módulo 3: Fundamentos del periodismo



Objetivo del módulo

Generar conocimientos básicos en la esfera periodística para que así los participantes puedan crear contenido para el medio de comunicación digital de La Vereda.

Objetivos de destrezas

Cada participante logra desarrollar un nivel básico en el manejo:

- Estructuración de piezas periodísticas.
- Crear diferentes tipos de piezas periodísticas.
- Técnicas de investigación y Fact checking.
- Storytelling.

Objetivos de conocimientos

- Conocimientos básicos en géneros periodísticos
- Conocimientos básicos en estilos periodísticos
- Conocimientos básicos en ética periodística
- Conocimientos básicos en revisión de fuentes y fact checking
- Enfoque de DDHH y movilidad humana desde el periodismo (tentativo)

Objetivos aptitudinales y actitudinales

- Pensamiento crítico
- Proactividad
- Informados
- Olfato periodístico
- Objetividad
- Escucha activa

Clases de conocimientos

- Creación de piezas periodísticas
- Técnicas de investigación
- Storytelling

- Tipos de medios de comunicación

Cronograma

Módulo 3: Fundamentos del Periodismo

Fecha: jueves 16 de septiembre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y el propósito del taller.	-	2 minutos
Sondeo de medios de comunicación en Ecuador	Abordar de manera breve y concisa los distintos medios de comunicación presentes en Ecuador	Diferentes medios que existen en el país y sus respectivos enfoques.	15 minutos
Introducción a la ética periodística	Explicar normativas jurídicas y éticas que rigen la práctica periodística	- Código deontológico de periodismo venezolano - Puntos claves de Ley de comunicación ecuatoriana	15 minutos

Géneros periodísticos	Identificar los géneros periodísticos y su elaboración.	- Noticia: estructura redacción - Reportaje: estructura redacción componente audiovisual - Entrevista: estructura redacción componente audiovisual	40 minutos
Espacio de diálogo	Despejar dudas e inquietudes de los participantes.	-	5-10 minutos
Cierre	-	Agradecimientos, información de la siguiente reunión.	2 minutos

Módulo 4: Manejo de redes sociales



Objetivo del módulo

Desarrollar conocimientos orientados al manejo de las redes sociales de La Vereda con el fin de que los participantes puedan hacer uso de las diversas plataformas que posee el medio.

Objetivo de destrezas

Todos los participantes son capaces de:

- Elaborar un cronograma de contenido para la red social.

Objetivos de conocimiento

Comprender la importancia de la comunicación digital dentro del medio y su manejo.

Objetivos actitudinales

- Compromiso
- Motivación
- Responsabilidad
- Proactividad
- Organización

Clases de conocimientos

- Comprensión de la comunicación
- Comprensión de la comunicación digital

- Introducción al medio digital en redes sociales: Instagram- Facebook
- Introducción de página web
- Manejo de medio digital en RRSS

Cronograma

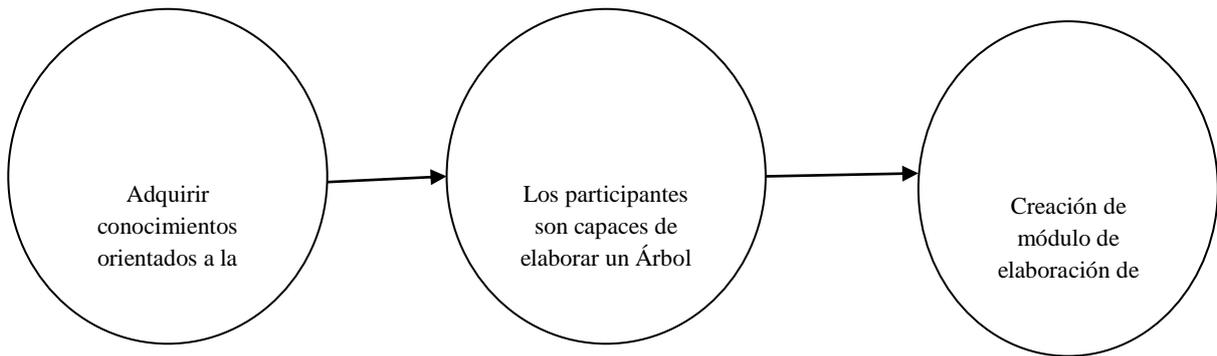
Módulo 4: Manejo de redes sociales

Fecha: viernes 17 de septiembre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y el propósito del taller.	-	5 minutos
Introducción a la comunicación digital	Informar principios básicos de la comunicación digital.	-¿Qué es la comunicación digital? -Ventajas de la comunicación digital.	10 minutos
Canales digitales	Explicar los canales digitales que posee La Vereda, su función y enfoque.	-Canal digital de Facebook -Canal digital de Instagram -Página web de La Vereda. -WhatsApp	20 minutos

Contenido digital	Describir las características del contenido digital y la función del algoritmo	<ul style="list-style-type: none"> -Definición de contenido digital -Definición de contexto. -Características del contenido digital. -Especificación de contenido orgánico. -Algoritmo. 	20 minutos
¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación digital?	Explicar cómo es la elaboración de una estrategia de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> -Definición de objetivo (SMART). -Identificación de público objetivo. -Establecimiento de canales de comunicación. -Definición de mensajes. -Elección de canales de comunicación. -Evaluación de resultados. 	20 minutos
Pauta digital	Enseñar a pautar mediante Facebook Business Manager	<ul style="list-style-type: none"> -Ventajas de la pauta digital -Procedimiento de cómo pautar desde Facebook Business Manager. 	15 minutos
Cierre	-	Agradecimientos, información de la siguiente reunión.	2 minutos

Módulo 5: Planificación de proyectos



Objetivo del módulo

Fortalecer conocimientos en la elaboración de proyectos para que los participantes puedan aplicar a fondos de Organizaciones No Gubernamentales, generando una sostenibilidad para el equipo base.

Objetivos de destrezas

Cada participante logra un nivel básico que le permita elaborar Árbol de problemas

- Creación Árbol de Problemas
- Identificación del problema central
- Identificación de causas inmediatas, críticas y mediatas
- Especificación de efectos inmediatos, mediatos, y estructural

Objetivos de conocimiento

- Conocimientos básicos en Árbol de problemas

Objetivos actitudinales

- Compromiso

- Motivación
- Responsabilidad
- Proactividad

Clases de conocimientos

- Planificación de proyectos

Cronograma

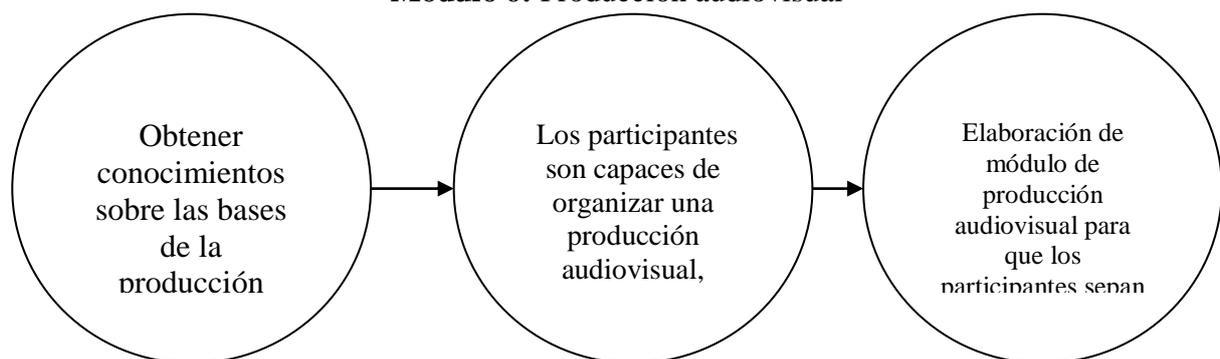
Módulo 5: Planificación de proyectos

Fecha: jueves 23 de septiembre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y el propósito del taller.	-	5 minutos
Tipos de recursos que existen para aplicar a fondos	Informar los tipos de recursos que existen para la aplicación de fondos a ONG	-Recursos nacionales: fondos públicos, organizaciones no gubernamentales nacionales, empresas privadas, universidades. -Recursos internacionales: gobiernos a gobiernos, organismos financieros internacionales y organizaciones no gubernamentales internacionales.	7 minutos
Planificación de proyectos	Explicar cómo planificar un proyecto	-Análisis de la realidad. -Identificación del problema central.	30 minutos

Análisis del problema central: Árbol de Problemas	Describir paso a paso la elaboración del Árbol de Problemas	-Explicación de las causas y efectos. -Causas inmediatas y mediatas. -Efectos mediatos, inmediatos, efecto macro social.	30 minutos
Cierre	-	Agradecimientos, información de la siguiente reunión.	2 minutos

Módulo 6: Producción audiovisual



Objetivo del módulo

Fortalecer las bases fundamentales de la producción audiovisual para que los participantes puedan crear producciones.

Objetivo destrezas

Cada participante reconoce los pasos a seguir dentro de una producción audiovisual, aprenden a grabar y editar su propio material audiovisual, identificando planos y formatos.

Objetivos de conocimiento

- Conocer los pasos a seguir dentro de una producción audiovisual para entrevistas:
Desarrollo de idea, guión, cronograma, plan de producción

- Identificar planos y formatos de videos para redes sociales de La Vereda
- Grabar material audiovisual desde el celular
- Editar material audiovisual desde el celular

Objetivos aptitudinales y actitudinales

- Proactiva
- Motivación
- Planificación
- Responsabilidad
- Cohesión

Clases de conocimiento

- Bases de la producción audiovisual.
- Entrevista.
- Pasos para una producción audiovisual: Pre producción- Producción - Post producción.
- Logística de pre producción.
- Lenguaje audiovisual.
- Herramientas de producción.
- Post producción.
- Herramientas de post- producción.

Cronograma

Módulo 6: Producción audiovisual

Fecha: 1 de octubre

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar temática y propósito del taller.	—	2 minutos
Introducción a la producción audiovisual.	Dar a conocer teoría del tema abordado	¿Qué es producción audiovisual? ¿Qué es una entrevista?	7 minutos
Presentación del proceso de producción audiovisual.	Profundizar en el proceso que conlleva una producción final	Pasos para una producción audiovisual: Pre producción- Producción - Post producción.	6 minutos
Explicación de logística de pre producción.	Lograr que los participantes comprendan el desarrollo de un guión, cronograma y plan de producción	Desarrollo de la idea, guión, cronograma, plan de producción.	18 minutos
Lenguaje audiovisual	Participantes conocen cómo utilizar el lenguaje audiovisual	Planos, movimiento de cámara, ángulo de cámara.	7 minutos
Mostrar herramientas de producción	Poder llevar a la práctica todo lo aprendido teóricamente	¿Cómo grabar desde un celular? ¿Qué grabar durante una entrevista? Formatos	15 minutos

Espacio de diálogo	Despejar dudas e inquietudes en los participantes.	Se presentan dudas, se realiza un proceso de retroalimentación.	5-10 minutos
--------------------	--	---	--------------

Segunda parte del módulo

Fecha: 1 de octubre

Post producción	Los participantes conocen la importancia de la post.	¿Para qué sirve la post producción?	6 minutos
Herramientas para post producción	Enseñar a editar desde plataformas amigables.	¿Cómo crear una secuencia? ¿Cómo editar desde el celular?	15 minutos
Ejercicio de edición	Practicar la teoría.	-	45 minutos
Espacio de diálogo	Despejar dudas e inquietudes en los participantes.	Se presentan dudas, se realiza un proceso de retroalimentación.	5-10 minutos
Cierre	-	Se finaliza el módulo de producción audiovisual, agradecimientos, información de la siguiente reunión.	2 minutos

Anexo 12. Encuesta de satisfacción

Encuesta de satisfacción

A partir de su experiencia personal asistiendo a las capacitaciones realizadas para asegurar el manejo del medio digital intercultural La Vereda, responda por favor el siguiente cuestionario.

*Obligatorio

1. ¿Consideras que lograste los objetivos de las capacitaciones? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en
- desacuer
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. Considero que mis expectativas de aprendizaje fueron satisfechas con este curso *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en
- desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. Comprendo cómo elaborar contenido periodístico con la línea editorial del medio La Vereda. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. Entiendo los procesos que debo seguir para planificar un proyecto que me permita aplicar a fondos de distintas organizaciones de la sociedad civil. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por
Google.

Google Formularios

Anexo 13. Test TAP a integrantes del equipo base en situación de movilidad humana

TEST TAP

Por favor se solicita que para el siguiente cuestionario tenga en mente al grupo de personas de origen ecuatoriano. Valore las siguientes cuestiones empleando la siguiente escala de respuesta: 1: Muy malos; 2: Malos; 3: Ni malos ni buenos; 4: Buenos; 5: Muy buenos.

Piense en las personas de origen ecuatoriano y dígame, ¿Cómo cree usted que son?

Su sistema político y de gobierno (forma en que se eligen los gobiernos, forma en que funcionan, participación política, leyes, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Su sistema de bienestar social (educación, sanidad y servicios sociales). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus formas de trabajar (ritmo de trabajo, horario, condiciones laborales -p.e., desempleo, eventualidad, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus hábitos de consumo y economía doméstica (productos que compran, tipo de comida que consumen, economía familiar –p.e., dinero que gastan y ahorran, forma de administrar lo que tienen, etc.) *

- 1

- 2
- 3
- 4
- 5

Sus relaciones sociales (forma de relacionarse, lugares habituales de relación social, uso del tiempo libre y formas de divertirse, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus relaciones familiares (forma de relacionarse con la pareja, hijos-as, las personas mayores de la familia, reparto de roles o funciones, etc.) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus creencias y prácticas religiosas (creencias, prácticas y cumplimiento personal de obligaciones o prohibiciones religiosas). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus valores (respeto a las personas mayores, forma de educar a los hijos-as, igualdad entre hombres y mujeres, papel de la religión en la vida, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

En general, ¿en que grado ha sentido usted las siguientes emociones hacia las personas de origen ecuatoriano?

Utilice la siguiente escala para responder: 1: Nada; 2: Poco; 3: Algo; 4: Bastante; 5: Mucho.

Admiración *

1

2

3

4

5

Desconfianza *

1

2

3

4

5

Simpatía *

1

2

3

4

5

Incomodidad *

1

2

3

4

5

Inseguridad *

1

2

3

4

5

Respeto *

1

2

3

4

5

Indiferencia *

1

2

3

4

5

Si pudiera elegir, ¿hasta dónde estaría usted dispuesto/a/e a llegar en su relación con personas de origen ecuatoriano? Se pueden señalar varias. *

Formar una familia con una persona de origen ecuatoriano o tener una pareja de origen ecuatoriano.

A que mis hijos o hijas eligieran como pareja a una persona de origen ecuatoriano.

A tener amigos-as-ues de origen ecuatoriano

A tener vecinos-as o compañeros-as de trabajo de origen ecuatoriano

Prefiero no tener relación con personas de origen ecuatoriano

Anexo 14. Test TAP a integrantes del equipo base de la comunidad de acogida

Piense en las personas de origen venezolano y dígame, ¿Cómo cree usted que son?

Su sistema político y de gobierno (forma en que se eligen los gobiernos, forma en que funcionan, participación política, leyes, etc.). *

1

2

3

4

5

Su sistema de bienestar social (educación, sanidad y servicios sociales). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus formas de trabajar (ritmo de trabajo, horario, condiciones laborales -p.e., desempleo, eventualidad, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus hábitos de consumo y economía doméstica (productos que compran, tipo de comida que consumen, economía familiar –p.e., dinero que gastan y ahorran, forma de administrar lo que tienen, etc.) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus relaciones sociales (forma de relacionarse, lugares habituales de relación social, uso del tiempo libre y formas de divertirse, etc.). *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sus relaciones familiares (forma de relacionarse con la pareja, hijos-as, las personas mayores de la familia, reparto de roles o funciones, etc.) *

- 1
- 2
- 3
- 4

5

Sus creencias y prácticas religiosas (creencias, practicas y cumplimiento personal de obligaciones o prohibiciones religiosas). *

1

2

3

4

5

Sus valores (respeto a las personas mayores, forma de educar a los hijos-as, igualdad entre hombres y mujeres, papel de la religión en la vida, etc.). *

1

2

3

4

5

En general, ¿en qué grado ha sentido usted las siguientes emociones hacia las personas de origen venezolano?

Utilice la siguiente escala para responder: 1: Nada; 2: Poco; 3: Algo; 4: Bastante; 5: Mucho.

Admiración *

1

2

3

4

5

Desconfianza *

1

2

3

4

5

Simpatía *

1

2

3

4

5

Incomodidad *

1

2

3

4

5

Inseguridad *

1

2

3

4

5

Respeto *

1

2

3

4

5

Indiferencia *

1

2

3

4

5

Si pudiera elegir, ¿hasta dónde estaría usted dispuesto/a/e a llegar en su relación con personas de origen venezolano? Se pueden señalar varias. *

Formar una familia con una persona de origen venezolano o tener una pareja de origen venezolano.

A que mis hijos o hijas eligieran como pareja a una persona de origen venezolano.

A tener amigos-as-ues de origen venezolano

A tener vecinos-as o compañeros-as de trabajo de origen venezolano

Prefiero no tener relación con personas de origen venezolano

Anexo 15. Cronograma de planificación para el Día del migrante

Actividades	Recursos	Cronograma							
		1 1nov-4nov	2	3	4	5	6	7	8 20-24
Contactar con Francisco Huerta (Expreso) Nila Velasquez (El Universo)	Apoyar: Carolina Portaluppi y José Miguel Campi								
Contactar y comunicar de este proyecto a ONGs									
Ubicar historias positivas venezolanos/as	Revisar redes sociales								
	Fichas de registros								
	Búsqueda a "activa" a través de La Vereda ¿tienen una historia más que contar?								
Ubicar gente de la comunidad receptora que cuente buenas experiencias con venezolanos + líderes ONGs	"								
Producir y realizar las piezas de comunicación	Proyecto La Vereda								
Difundir los casos (diarios) y las piezas en las redes.	Proyecto La Vereda								

Activación pública con el mismo concepto	Coordinar con otros UARTE S para activar gigantografías en edificios.							18 de diciembre	
Seguimiento a medios escritos y redes sociales	Equipo base	ANTES	ANTES	DURANTE	DURANTE	DURANTE	DURANTE	DESPUÉS	DESPUÉS
Evaluación final del proyecto	Equipo base								

Anexo 16. Diseño módulo de Introducción a las Tecnologías de la Información y Comunicación a generadores de contenido

Módulo 0: Introducción a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs)

Metodología

Diseño Inverso



Objetivo del módulo

Fortalecer conocimientos en el manejo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) para asegurar el manejo adecuado de la plataforma LaESCUELA.PRO

Objetivos de destrezas

Cada participante es capaz de utilizar sus aprendizajes de manera independiente para:

- Acceder a internet para crear o utilizar su correo personal.

- Crearse una cuenta dentro de la plataforma LaESCUELA.PRO
- Visualizar los contenidos de los módulos de la plataforma.
- Moverse dentro de la plataforma de acuerdo a lo que desee realizar.
- Acceder y culminar las evaluaciones presentes en los módulos.

Objetivos de conocimientos

- Conocimientos básicos en el manejo de las TICs.
- Conocimientos básicos en el acceso a internet.
- Conocimientos

Clases de conocimientos

- Acceso a navegadores web
- Uso de correos electrónicos
- Manejo de plataforma LaESCUELA.PRO
- Visualización de videos en YouTube

Objetivos aptitudinales y actitudinales

- Autonomía
- Proactividad
- Reflexividad
- Motivación

Cronograma

Módulo 0: Introducción a las TICs

Fecha: martes 10 de agosto

Actividad	Objetivo	Contenido	Duración
Bienvenida	Presentar la temática y propósito del módulo	- Brindar bienvenida - Tema del módulo. - Propósito del módulo.	3 minutos
Presentación del equipo PAP La Vereda	Familiarizar al equipo del PAP y a los generadores de contenido para generar un proceso de aprendizaje participativo.	- Breve presentación de integrantes PAP. - Breve presentación de los generadores de contenido.	10 minutos

Introducción a la propuesta de La Vereda.Tv	Lograr que los generadores de contenido conozcan sobre el proyecto para alcanzar una sinergia entre los equipos que conforman La Vereda.Tv	<ul style="list-style-type: none"> - En qué consiste La Vereda - Herramientas propias de: enfoque intercultural, enfoque de DDHH, enfoque de movilidad humana y enfoque de género. - Organigrama del medio. - Establecer canales de acompañamiento. 	10 minutos
Elementos básicos del manejo de las TICs	Fortalecer conocimientos sobre el manejo básico de las TICs para disminuir la tasa de deserción asociada a la modalidad asincrónica	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de navegador - Crear cuenta gmail - Ingresar a la plataforma. - Registrarse en plataforma. - Enrollarse en el taller. 	10 minutos
Iniciar actividades	Aplicar conocimientos adquiridos a través de un ejercicio para reforzar partes del proceso de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> - Recorrido por los distintos elementos de la plataforma LaESCUELA.PRO - Realizar acompañados la primera actividad de la plataforma. - Ver videos dentro de la plataforma y en YouTube. 	20 minutos
Espacio de diálogo	Resolver todas sus dudas respecto al manejo de las plataformas con el fin de consolidar los elementos abordados en esta sesión.	<ul style="list-style-type: none"> - Responder preguntas. - Retroalimentar proceso de aprendizaje - Indicar la modalidad de los siguientes módulos 	10 minutos

Canales de acompañamiento	- Recordar canales de acompañamiento. - Especificar dinámica de canales de acompañamiento - Abordar el cronograma del taller.	2 minutos
Cierre	- Cierre de módulo - Agradecimientos a los participantes.	2 minutos

Anexo 17. Encuesta a generadores de contenido sobre conocimientos y disponibilidad de horarios

Generadores de contenido

Esta encuesta nos permitirá conocer tu disponibilidad de horario para capacitarte como generador (a) de contenido

***Obligatorio**

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

¿Qué nivel de conocimientos posees en el manejo de tecnologías de la información y comunicación? *

Básico

Medio

Avanzado

¿Tienes un dispositivo de uso propio? *

Sí

No

¿Cuál es el dispositivo que posees? *

Celular

Laptop

Computador

Tablet

Otro

Nivel de educación: *

Primaria

Secundaria

Educación superior

Tecnólogo

Posgrado

Otro:

Días disponibles para capacitación *

Lunes a viernes

Fin de semana (Sábado y domingo)

Horario disponible para capacitación a través de sesión virtual *

18h00- 18h45 pm

19h00-19h45 pm

20h00-20h45 pm

Otro:

Anexo 18. Encuesta sobre intereses de generadores de contenido

Encuesta sobre intereses de generadores de contenido

La presente encuesta tiene como objetivo conocer los intereses y el perfil con el que cuentan los participantes inscritos en el taller de creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida ofrecidos por el medio de comunicación digital La Vereda. Los datos recuperados en este formulario serán confidenciales y serán usados únicamente con fines académicos. Por lo cual se solicita su colaboración contestando esta breve encuesta. La duración aproximada es de 5 minutos. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

***Obligatorio**

Nombre y apellido *

Tu respuesta

Profesión o estudios con los que cuenta *

Tu respuesta

Actualmente, ¿a qué se dedica? *

Tu respuesta

Antes de venir a Ecuador, ¿a qué se dedicaba? *

Tu respuesta

¿Cuáles son sus hobbies (pasatiempos)? *

Tu respuesta

Cuéntanos ¿Cuáles son tus talentos? *

Tu respuesta

¿Tiene algún emprendimiento? *

Sí

No

Si la respuesta a la pregunta anterior fue sí, ¿de qué trata su emprendimiento?

Tu respuesta

¿Cuál de estas categorías es más de su interés? ¿y le gustaría colaborar? *

Seleccionar máximo dos opciones.

El poste: contenidos relacionados a emprendimientos

El mural: contenidos relacionados al arte y cultura

La banqueta: contenido relacionado a historias de vida

La calle: contenidos relacionados a la elaboración de tutoriales

La ventana: contenidos relacionados a datos, información o investigación

Anexo 19. Encuesta de satisfacción de la capacitación virtual de generadores de contenido

Encuesta de satisfacción de taller virtual

La presente encuesta tiene como objetivo identificar el nivel de satisfacción de los participantes asistentes en los talleres virtuales de creación y difusión de contenido digital y narrativas de historias de vida ofrecidos por el proyecto La Vereda perteneciente a la Universidad Casa Grande. Los datos recuperados en este formulario serán confidenciales y serán usados únicamente con fines académicos. Por lo cual se solicita su colaboración contestando esta breve encuesta. La duración aproximada es de 5 minutos. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

*Obligatorio

Nombre y apellidos *

Tu respuesta

Dirección de correo electrónico *

Tu respuesta

¿Qué tan fácil fue utilizar el aula virtual LaEscuela.Pro como proceso de aprendizaje? *

Fácil

Normal

Difícil

¿Considera que el contenido brindado en los módulos alojados en LaEscuela.Pro le proporcionaron una buena cantidad de aprendizajes? *

Sí

No

Tal vez

¿Cuál de estos módulos fue el que más aprendizajes le otorgó? *

Módulo 1: Redacción/creación de contenidos

Módulo 2: Storytelling

Módulo 3: ¿Cómo hablar ante la cámara?

Módulo 4: Manejo de la cámara

Módulo 5: Difusión de contenidos

¿Cómo considera que fue el proceso de acompañamiento durante la instancia de los trabajos autónomos dentro de la capacitación? *

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

¿Qué recomendaciones nos daría para el proceso de acompañamiento del taller virtual? *

Tu respuesta

¿La duración del taller virtual considera que fue la correcta? *

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Cómo calificaría su satisfacción al completar el programa? *

Mala

Normal

Buena

Muy buena

¿Estaría interesado en inscribirse en otros talleres con nosotros? *

Sí

No

Tal vez

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

Tu respuesta

Anexo 20. Línea Gráfica



Figura 8. Logo de La Vereda.

Nota. Actualización del logo de La Vereda.



Figura 9. Tipografías de La Vereda.

Nota. Actualización de las tipografías a utilizar en las redes sociales de La Vereda.



Figura 10. Cromática de La Vereda.

Nota. Actualización de la cromática de La Vereda.

Anexo 21. Plataforma interactiva: Documental social participativo



Figura 11. Plataforma interactiva alojada en la página web de La Vereda.

Nota. Visualización de la plataforma interactiva dentro de la página web de La Vereda.

Anexo 22. Participación de La Vereda en actividades organizadas por ONG's



Figura 12. Afiche de la actividad “Carrusel por las Migraciones”.

Nota. Primera actividad del 2021 donde el medio digital La Vereda fue partícipe.



Figura 13. Afiche de la actividad “Cuarta Caravana de Solidaridad con Caminantes”.

Nota. En el afiche de la actividad, se logró incorporar el logo de La Vereda como uno de los medios presentes en el evento.

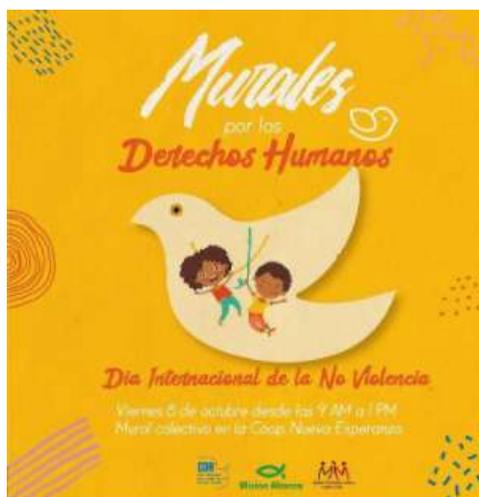


Figura 14. Afiche de la actividad “Murales por los Derechos Humanos”.

Nota. Afiche de actividad por los derechos humanos junto a diferentes ONG´s.



Figura 15. Afiche de la actividad “Buenas prácticas de responsabilidad social empresarial”.

Nota. Evento donde La Vereda colaboró junto a HIAS.

Anexo 23. Metodología de elaboración de estrategia de comunicación



Figura 16. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas definidas a partir de conversaciones con las y los integrantes de la edición pasada de La Vereda.

Anexo 24. Bitácora de recolección de material audiovisual



Nota. Evidencia fotográfica de la recolección de historias de vida en Monte Sinaí



Nota. Evidencia fotográfica de la recolección de historias de vida en Bucay



Nota. Evidencia fotográfica de asistencia a actividad Carrusel por las migraciones en Parque Cdla. Quisquis