



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR- QUITO
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE DISEÑADORA PROFESIONAL CON MENCIÓN EN DISEÑO
GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Tema: Diseño de un material gráfico informativo e interactivo que apoye en la promoción de la salud de la violencia en la pareja en universitarios de 18 a 23 años.

Autora:

Erika Teresa Gudiño Esquetine

Director:

Xavier Barriga Abril Dis. Msc.

Quito, 2020

Dedicatoria

A mi mamá quien ha sido mi apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera y mi vida. Quien siempre me ha alentado e impulsado con su amor y optimismo.

Agradecimientos

Agradezco a mi familia por su motivación constante. A cada uno de los profesores que me acompañó e instruyó a lo largo de este proyecto y en toda mi carrera. A mis amigos con quienes siempre nos hemos apoyado mutuamente. Y a todas las personas que me brindaron su ayuda para desarrollar el proyecto.

Índice

Dedicatoria	2
Agradecimientos	2
Tema:	9
Resumen	9
Introducción	9
Primera parte: Investigación.....	11
1. Planteamiento del problema	12
2. Justificación.....	16
2.1. Justificación social:	16
2.2. Justificación teórica interdisciplina:	17
2.3 Justificación teórica de Diseño	17
3. Delimitación del usuario	18
3.1 Público interno:	19
3.1 Público externo:	19
4. Objetivo general:.....	20
4.1 Objetivo específico:	20
5. Marco metodológico y aspectos a investigar.....	21
5.1 Metodología científica.....	21
5.2 Metodología de Diseño.....	25
6. Desarrollo de la investigación	26
6.1 Promoción de la salud de la violencia de pareja.....	26
6.1.1 Promoción de la salud de las fundaciones y organizaciones dentro de la universidad	26
6.1.2 Promoción de la salud de las fundaciones y organizaciones fuera de la universidad	29
6.1.3 Promoción de la salud en universidades	30
6.1.4 Promoción de la salud en internet.....	32

6.2 Perfil de los usuarios.....	34
6.2.1 Conocimiento de la violencia de pareja por parte de los estudiantes universitarios:.....	35
6.3 Conceptos que deben conocer los jóvenes sobre la violencia de pareja	36
6.4 Canales de información y características del material informativo:.....	37
7. Marco teórico	38
7.1 Tipos de violencia	38
7.1.1. Violencia física:.....	38
7.1.2. Violencia psicológica:.....	38
7.1.3. Violencia económica:.....	38
7.1.4. Violencia sexual:.....	39
7.2. Ciclo de la violencia	39
7.3. Método del caso	39
7.4 Violentómetro.....	40
7.5. Diseño social:.....	40
8. Análisis tipológico	42
9. Requerimientos del usuario	45
9.1 Investigación con el usuario.....	45
9. 2 Lienzo de la propuesta de valor	46
9.3 Lienzo de modelo de negocio	47
9. 4 Requerimientos del proyecto.....	47
10. Respuesta tentativa	48
Segunda parte: Propuesta de diseño	50
11. Definición del proyecto:	50
11.1. Desarrollo del concepto de Diseño y generación de propuestas.....	51
11.2 Concepto del proyecto:	51
11.3 Generación de propuestas:.....	53
12. Teoría de Diseño para el desarrollo del proyecto	55
13. Generación de ideas, bocetos, dibujos e imágenes.....	56

13.1	Protohistoria.....	56
13.2	Experiencia del usuario en las narrativas digitales interactivas.....	57
13.3	Elementos dramáticos:	58
13.3.1	Historia:	59
13.3.1.1	Narrativas no lineales	59
13.3.1.2	Storyboard.....	61
13.3.2	Arco narrativo	62
13.3.3	Personajes	63
13.4	Elementos formales:	67
13.4.1	Objetivo	67
13.4.2	Recursos	68
13.4.2.1	Salud o medidor	68
13.4.2.2	Ventana de información	70
13.5	Mapa del sitio	71
14.	Diseño a detalle	74
14.1	Cromática:.....	74
14.2	Tipografía	76
14.3	Marca.....	77
14. 4	Íconos	79
14. 5	Botones	80
14. 6	Globo	80
14. 7	Recursos.....	81
14.7.1	Violentómetro	81
14.7.2	Ventana emergente.....	83
14.8	Retícula.....	84
14.9	Ilustración	86
14.10	Prototipo:	89
15.	Materiales y procesos productivos de la propuesta:	89
15.1	Construcción del prototipo:	89

15.2 Programación	89
15.3 Ilustración	91
15. 4 Difusión:	93
16. Costos del proyecto:.....	94
Tercera parte: Comprobación	98
17. Comprobación teórica	98
17.1 Correcciones	100
18. Comprobación con la interdisciplina	102
18.1 Correcciones.....	103
19. Comprobación usuario:.....	105
20. Conclusiones	109
20.1 Recomendaciones.....	109
21 Bibliografía	111

Índice de tablas

Tabla 1: Métodos y técnicas de investigación	21
Tabla 2: Metodología de la investigación del diseño interactivo.....	25
Tabla 3: Requerimientos del proyecto	47
Tabla 4: Descripción del arco narrativo.	62
Tabla 5: Cálculo de presupuestos de diseño.....	94
Tabla 6: Cálculo de programación e ilustración.....	95
Tabla 7: Presupuesto total	95
Tabla 8: 10 principio de usabilidad de Nielsen (2020).....	98
Tabla 9: Objetivos asignados a los estudiantes	105

Índice de figuras

Figura 1. Árbol de problemas.	13
Figura 2. Mapa de públicos.....	19
Figura 3. Charla de violencia de pareja.....	27
Figura 4. Material gráfico disponible para los universitarios.	28
Figura 5. Fotografía círculo de mujeres	29

Figura 6. Recopilación del material digital de universidades de Quito.	31
Figura 7. Material informativo digital de la violencia de pareja.	33
Figura 8. Telaraña de Bernstein primera encuesta	35
Figura 9. Ciclo de la violencia.....	39
Figura 10. Hexágono de las intervenciones del diseño social.....	41
Figura 11. Fotografía de las cartas de "Hers"	42
Figura 12. Matriz de elementos de Diseño.....	43
Figura 13. Captura de pantalla de página web It's not violence.....	43
Figura 14. Matriz de elementos de Diseño.....	44
Figura 15. Fotografía del juego Fog of Love	44
Figura 16. Matriz de elementos de Diseño.....	45
Figura 17. Mapa de empatía.	46
Figura 18. Value Proposition Canvas.	47
Figura 19. Business Model Canvas.....	47
Figura 20. Lluvia de ideas.....	52
Figura 21 .Pensamiento irradiante.....	54
Figura 22. Espina de pez.....	56
Figura 23. Adaptado de "Interactive digital narrative", 2015, p.100.	57
Figura 24. Diagrama de flujo.....	60
Figura 25. Storyboard.....	61
Figura 26. Boceto con hilo.....	62
Figura 27. Arco narrativo.....	63
Figura 28. Ficha de personaje protagonista.....	65
Figura 29. Ficha de personaje antagonista.....	66
Figura 30. Bocetos violentómetro.	70
Figura 31. Bocetos ventana emergente.....	71
Figura 32. Mapa de sitio.	73
Figura 33. Paleta de colores.....	74
Figura 34. Porcentaje de los colores.	75
Figura 35. Color para íconos y botones.....	76
Figura 36. Tipografía Laila.	76
Figura 37. Tipografía Open Sans.	77
Figura 38. Marca.....	78
Figura 39. Íconos de Material Design.....	79
Figura 40. Íconos de la historia.....	79
Figura 41. Botones de la historia.....	80
Figura 42. Tipos de globos	81

Figura 43. Violentómetro.	82
Figura 44. Ventana emergente.	83
Figura 45. Retícula.....	85
Figura 46. Ilustraciones de la página web.	88
Figura 47. Prototipo en Adobe XD.....	89
Figura 48. Captura de pantalla ilustraciones con observaciones.	92
Figura 49. Ilustraciones antes y después.....	93
Figura 50. Post para Facebook.	93
Figura 51. Post para Instagram.	94
Figura 52. Comprobación con el Diseñador Gráfico José Luis Estrella.....	99
Figura 53. Correcciones de la comprobación con diseñador.	101
Figura 54. Comprobación con la Psicóloga clínica María Soledad Pérez. ...	102
Figura 55. Correcciones de la comprobación con la psicóloga.	104
Figura 56. Comprobación con los usuarios.....	105
Figura 57. Telaraña de Bernstein comprobación usuarios.....	107

Tema:

Diseño de un material gráfico informativo e interactivo que apoye en la promoción de la salud de la violencia en la pareja en universitarios de 18 a 23 años.

Resumen

La violencia de pareja es una problemática que aqueja a toda la ciudadanía. Sin embargo, los jóvenes universitarios se categorizan como uno de los grupos más susceptibles por la etapa evolutiva en la que se encuentran y por las percepciones erróneas que pueden tener sobre el amor.

Las iniciativas para la promoción de la salud de este tema son escasas y no se enfoca en la población universitaria. Por lo tanto, el trabajo en conjunto de la interdisciplina de la psicología y el diseño gráfico permite desarrollar un material gráfico que este enfocado a las necesidades de los jóvenes universitarios y que logre llamar su atención a través de la interactividad.

De manera que, se desarrolló un material interactivo basado en metodologías de la psicología, el cual está enfocado a la realidad de los universitarios, con la intención de persuadir a los estudiantes a informarse sobre la violencia de pareja.

Introducción

La violencia de pareja es un problema de salud pública, causante de grandes consecuencias en sus víctimas (OMS, 2017). La desinformación y naturalización de la violencia contribuye a que esta problemática siga latente. Por lo tanto, necesita del apoyo de la promoción de la salud para informar adecuadamente y sensibilizar al público, entre ellos los universitarios.

De modo que, el presente proyecto busca aportar a la promoción de la salud de este tema, a través de la aplicación de herramientas de diseño que permitan informar a los estudiantes universitarios sobre la violencia de pareja.

De tal forma que, en la primera parte del proyecto, se usó el método científico mixto cualitativo y cuantitativo y la metodología del diseño interactivo de Steane (2016) para definir los requerimientos de diseño e indagar sobre temas relacionados a la violencia, tales como: los tipos de

violencia, como se presenta la violencia, sus consecuencias, metodologías para informar sobre el tema, etc. Asimismo, se identificó las necesidades de los usuarios y sus percepciones sobre la violencia de pareja.

En la segunda parte, una vez analizada la información recolectada se generó la propuesta de diseño enfocada a la problemática identificada. En esta sección se detalla la construcción y teoría usada para el desarrollo del material gráfico.

Por último, se realizó comprobaciones con un profesional de diseño, de la psicología y con los usuarios, los cuales permitieron identificar hallazgos y posibles mejoras del producto.

The background is a solid yellow color. There are two decorative pink lines: one in the top-left corner forming a quarter-circle arc, and another in the bottom-left corner forming a larger, more complex loop.

Primera parte

investigación

1. Planteamiento del problema

La Organización Mundial de la Salud (OMS) indica que casi el 30% de las mujeres que han tenido una relación sentimental han sufrido violencia de pareja. Siendo esta, la violencia más común en contra de ellas y la causante de graves consecuencias. Pues, la Organización de las Naciones Unidas Mujeres (ONU Mujeres), expone que las víctimas son más propensas a tener depresión, un aborto, VIH y hasta puede causarles la muerte.

Lamentablemente esta situación también afecta al Ecuador, pues el 43% de mujeres han sufrido violencia de pareja (INEC, 2019). Responsabilizándose del 70% de femicidios en el país (Fiscalía General del Estado, 2020). No obstante, los hombres también son víctimas de violencia, pero muchos de ellos no se animan a denunciar por miedo que la sociedad los ridiculice. Por lo tanto, los estudios dirigidos a ellos son escasos (Romero, 2013). De tal forma que, las cifras que proporcionan en el país, son del año 2014, donde se receptaron 3 160 casos de violencia intrafamiliar (Policía Nacional del Ecuador, 2014).

Es preciso señalar que, según el Consejo Nacional para la Igualdad de Género (CNIG) la violencia de género (incluye la violencia de pareja) ataca sin distinguir cultura, edad, estado civil o clase social (CNIG, 2014). No obstante, los universitarios se sitúan como un grupo susceptible ante la violencia de pareja. Puesto que el Estudio Nacional para Medición de Prevalencia de Acoso Sexual en las Instituciones de Educación Superior, Ecuador 2019 anunció cifras impactantes, en donde el 56% de situaciones de acoso sexual son realizadas por la pareja de la víctima (El Comercio, 2019).

Desafortunadamente, solo el 20,6% de víctimas se anima a denunciar (CARE, 2018). Algunas razones son porque no conocen a donde deben ir, que tienen que hacer, a quién acudir y cuáles son sus derechos (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020) (Anexo 1). Contribuyendo a la naturalización y desinformación del tema (Husmann, 2014).

Es por ello, que es de suma importancia que los universitarios tengan conocimiento sobre lo que es violencia de pareja, ya que "...esa información eventualmente puede salvar vidas" (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020) (Anexo 2).

Además, García (2017) señala que en estas edades la percepción y la normalización de la violencia de pareja, pueden ser precursores de la violencia en la adultez. Por ende, es necesario realizar acciones preventivas, formativas y de sensibilización en los jóvenes para evitar la violencia en la pareja (Injuve, 2019).

Sin embargo, en una encuesta online (Anexo 4) que se realizó a 109 estudiantes universitarios como parte de la investigación del proyecto, se evidenció que el 30% de ellos no ha recibido información sobre el tema, el 83% no conoce instituciones donde una víctima debe acudir; el 60% no considero la violencia sexual y el 77% la violencia económica como tipos de violencia que se pueden dar en la pareja. Entre otras cifras, que reflejan la inadecuada o inexistente información que han recibido

Según la Dr. Virginia Gómez de la Torre, directora de la Fundación Desafío esto se debe a que “No hay un esfuerzo de la sociedad para trabajar estos temas, y claro se traduce en la indiferencia, en la banalización, en la desinformación y se traduce en la violencia” (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020) (Anexo 5). En efecto, la Psicología clínica Soledad Pérez afirma que, según su experiencia con los universitarios, los estudiantes generalmente no conocen información elemental y lógica sobre la violencia de pareja (S. Pérez, comunicación personal, 11 de junio de 2020) (Anexo 6).

Con el objetivo de conocer las causas y efectos del problema: “Los estudiantes universitarios desconocen que es la violencia de pareja” se generó un árbol de problemas (Figura 1) con los ámbitos que se pudieron identificar tras la recolección de datos, hechos y cifras en torno a este tema.

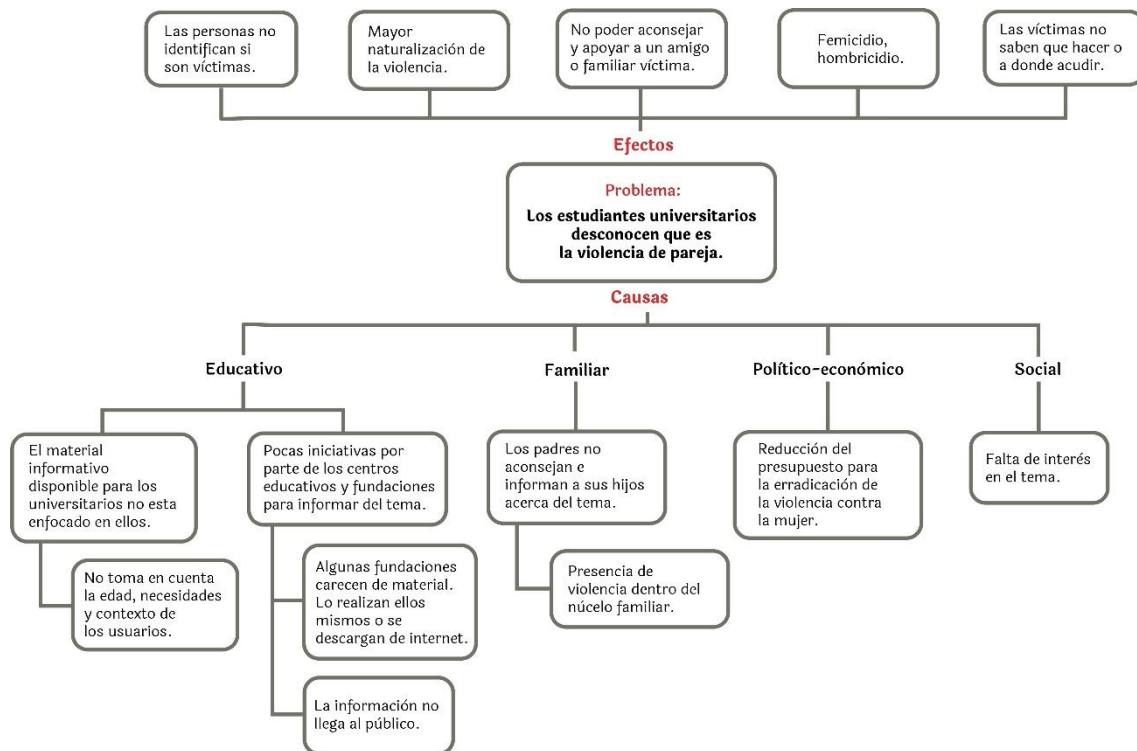


Figura 1. Árbol de problemas.

Entre las causas identificadas, en el caso del ámbito político- económico, se redujo el presupuesto para la erradicación de la violencia contra la mujer al 84% (Heredia, 2019). Afectando así a los programas preventivos de la violencia. En el ámbito familiar, algunos padres no aconsejan correctamente a sus hijos sobre la violencia de pareja, visto que cuentan con una percepción errónea sobre el tema (Rey & Martínez, 2018, p.9).

Respecto a la causa social, los jóvenes no prestan atención al tema por cómo está enfocado en ciertos medios, por ejemplo, en las redes sociales. Donde muchas veces lo exponen con un tono bromista e indiferente, naturalizando y causando desinformación sobre la violencia de pareja. Por ende, los estudiantes no lo ven como un problema y pierden el interés en él (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020) (Anexo 2).

En cuanto al ámbito educativo se determinaron dos factores. Uno de ellos es acerca de las iniciativas de los centros educativos y fundaciones. Pues en la investigación del proyecto se identificó que algunas fundaciones no emplean colaboraciones permanentes con las universidades. No obstante, cuando se las realiza llegan a un público reducido y no cumple con parámetros que según Leal (2012) son necesarias para informar sobre la violencia, tales como la edad del público, su experiencia, el nivel de reflexión a usar etc.

Referente a las universidades la Dr. Virginia Gómez de la Torre comenta que "...la universidad no es un espacio de empatía para hablar de este tema, no es un espacio de sensibilización, de capacitación... los temas relativos a la violencia no son algo que se hable". Añade que no hay las herramientas y canales de información necesarios para que los estudiantes conozcan sobre estos temas (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020) (Anexo 5). Como se puede inferir, esta carencia dificulta la pronta detección de la violencia de pareja y su actuación ante ella.

El siguiente factor perteneciente al ámbito educativo, aborda la calidad del material disponible para la población universitaria. Considerando que Rey y Martínez (2018, p. 45) señalan que los medios visuales sirven como recursos de apoyo para informar sobre los malos tratos en la pareja. No obstante, Estefanía Mendoza, psicóloga clínica y diseñadora gráfica afirma que el material existente no está enfocado a estudiantes universitarios. Pues lo califica como medios pocos llamativos y repetitivos "hay muchas páginas que desinforman...con un montón de texto escrito que a veces ni entendemos o mal utilizamos" (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020) (Anexo 2).

Además, la psicóloga Oviedo, Mgtr. en Intervención Social y Comunitaria, menciona que se ha desatendido la comunicación visual, pues entregar información con un discurso tradicional no conecta con el público, puesto que la gente se ha desensibilizado de eso "Cuando hacen campañas, el sector público se olvida muchísimo de a quién va a llegar, y hacen instructivos super largos que no son nada amigables" (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020) (Anexo 1).

Como se puede observar la causa del problema que se puede abordar desde el Diseño Gráfico es en el ámbito educativo, específicamente en el material informativo. Pues este no logra comunicar de forma clara los mensajes, no toma en cuenta la experiencia y edad del público. Por lo cual, desde esta disciplina se puede aportar con un material que conecte y llame la atención de la población universitaria. Tomando en cuenta conceptos de diseño para brindar un canal de información que persuada a los usuarios a informarse sobre la violencia de pareja.

2. Justificación

2.1. Justificación social:

Dentro de los objetivos del Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021 – Toda una vida, En el eje 1 “Derechos para Todos Durante Toda la Vida” se expone:

“Entre las prioridades se encuentra también la erradicación de diferentes formas de violencia, principalmente respecto a mujeres, niños, niñas, adolescentes y jóvenes, promoviendo un sistema de prevención, protección, atención integral y reparación de derechos a las personas que han sufrido de ella” (p.53).

Entre las distintas formas de violencia se encuentra la violencia de pareja, que es un problema que aqueja a la ciudadanía. Por lo tanto, es imprescindible tomar acción en su prevención. De este modo se estará aportando a la lucha de esta problemática que afecta a gran cantidad de personas en el país.

Adicionalmente en el mismo eje, el objetivo 1, la política 1.10 propone:

“Erradicar toda forma de discriminación y violencia por razones económicas, sociales, culturales, religiosas, etnia, edad, discapacidad y movilidad humana, con énfasis en la violencia de género y sus distintas manifestaciones.” (p.58).

Ninguna razón es tolerable y justificable para la violencia, sin embargo, se presenta en distintas situaciones. En la Constitución de la República del Ecuador en el capítulo sexto “Derechos de libertad” art. 66 inciso 2 se dice que el derecho a la integridad personal incluye una vida libre de violencia en el ámbito público y privado. No obstante, esto no se ha podido garantizar al 100% y por eso la prevención y promoción de la salud de la violencia, es fundamental para promover el bienestar de las personas.

Todos los niños, jóvenes y adultos tienen derecho a no ser violentados, por eso deben estar informados sobre lo que abarca la violencia de pareja, esto les permite ser conscientes de sus derechos y tomar acción cuando alguno de ellos sea vulnerado.

2.2. Justificación teórica interdisciplina:

Desde la interdisciplina, los expertos Pazos, Olivia y Hernando (2014) exponen que a los jóvenes se les dificulta reconocer si son víctimas de malos tratos. Dado que idealizan el amor romántico y se basan en el para justificar los actos violentos (Pazos et al.,2014).

De manera que Rey y Martínez (2018, p. 45) señalan que se deben generar propuestas estratégicas para que los jóvenes puedan identificar las manifestaciones violentas que se pueden presentar en la pareja, así como sus consecuencias.

Los autores exponen que un recurso por el cual se puede impartir esta información al público es a través de los medios visuales, tales como afiches, plegables, blogs, análisis de casos reales, etc. "También se puede informar responsablemente sobre el tema a través de páginas Web" (Rey & Martínez, 2018, p. 46).

Además, Martos et al. (2016) menciona que debido a la influencia que tienen las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en la identidad juvenil, estas pueden usarse como una herramienta que informe sobre la violencia de pareja y sea de fácil acceso para los jóvenes. Puesto que, "suponen un canal óptimo para el acercamiento y la comprensión de los jóvenes, además de un medio adecuado para la promoción de la salud" (Martos et al. 2016).

Como se puede observar, se necesitan instrumentos ya sean físicos o digitales que apoyen a la comunicación de los temas pertenecientes a la violencia de pareja. Estos materiales por su necesidad comunicativa pueden ser realizados por un diseñador.

2.3 Justificación teórica de Diseño

Además, Meirelles (2014) menciona que las representaciones visuales de información pueden ser consideradas como artefactos cognitivos, porque complementan y refuerzan las habilidades mentales. Entre ellas se encuentran la de mejorar la detección, el reconocimiento y el registro de información. Esto es fundamental para mejorar la comprensión sobre la violencia de pareja en los estudiantes universitarios.

Por lo tanto, el área de diseño que actúa en el proyecto es el de información, considerando que "...el diseño de información en particular depende de los

procesos cognitivos y de la percepción visual no solo para su creación (codificación) sino también para su uso (descodificación). Si el proceso de descodificación falla, la visualización falla.” (Meirelles, 2014). De modo que, uno de los factores que podría influir en que los jóvenes entiendan lo que es la violencia de pareja, dependerá de cómo perciban la comunicación visual del medio en el que se les otorgue la información.

Del mismo modo, interviene el diseño social. Ya que según Ledesma (2003) si bien el diseño gráfico no resuelve los problemas sociales por sí solo, si aporta a la formación de juicios de las personas acerca del problema que se esté tratando.

Asimismo, tomando en cuenta las 6 áreas que Ledesma (2018) indica donde el diseño social puede tomar acción, el proyecto se encontraría inmerso en 2: generar conciencia social e incluir grupos aislados como las mujeres, que como se ha visto anteriormente, es uno de los grupos más afectados de la violencia de pareja.

De esta forma la función del diseñador es que el usuario perciba e interiorice la información de la problemática, a través de la correcta comunicación visual de los temas. De tal forma que cuando en su vida se presente situaciones de violencia de pareja, ellos puedan recordar la información obtenida acerca del tema.

3. Delimitación del usuario

El público objetivo a quien va dirigido el producto es a hombres y mujeres entre 18 a 23 años, universitarios de la ciudad de Quito. Conviene enfatizar, que no se ha determinado alguna universidad en específico porque como se mencionó anteriormente, esta situación no distingue clase social o cultura (CNIG, 2014).

La elección del público objetivo se debe a que en esta fase de su vida surge la autonomía de la elección de pareja, las relaciones de noviazgo se vuelven más íntimas y experimentan con más libertad su sexualidad (J. Merino, comunicación personal, 18 de octubre de 2019) (Anexo 7). Por lo tanto, es necesario que logren identificar las características y consecuencias de las relaciones insanas. Ya que, generalmente tienden a idealizar los malos tratos, como celos, control, obsesión, justificándolos como una demostración de amor (Pazos et al.,2014).

En el siguiente gráfico (figura 2) Se encuentra el mapa de públicos el cual determinara los agentes beneficiarios tanto externos como internos del proyecto.

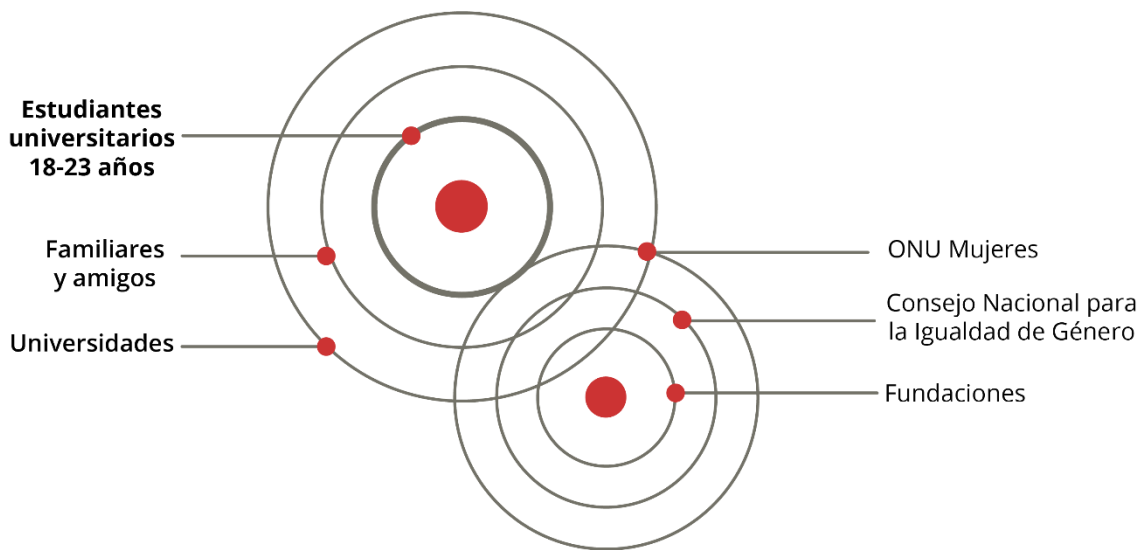


Figura 2. Mapa de públicos.

3.1 Público interno:

Los primeros actores del público interno son los estudiantes universitarios, ya que ellos serán los beneficiarios principales del producto, pues el material gráfico estará enfocado a su realidad y necesidades.

Los siguientes beneficiarios son sus familiares y amigos, puesto que los universitarios pueden compartir con ellos la información que han recibido del producto.

Por último, se encuentran las universidades. Visto que, contarán con una herramienta que permitirá brindar información de suma importancia a sus alumnos.

3.1 Público externo:

En el público externo se encuentran las fundaciones. Pues, el material desarrollado pueden utilizarlo como un recurso de apoyo en sus programas preventivos.

Finalmente, se benefician las entidades y organizaciones que luchan por el bien estar de las mujeres. Dado que, se encuentran en constante búsqueda de nuevas alternativas para combatir la violencia de pareja.

4. Objetivo general:

Diseñar un material gráfico informativo que, a través de la interactividad y metodologías de la interdisciplina, informe sobre la violencia de pareja para apoyar a la promoción de la salud en universitarios de 18 a 23 años.

4.1 Objetivo específico:

1. Identificar como se presenta la violencia de pareja, sus consecuencias, las metodologías informativas para informar sobre este tema, las características del público objetivo y sus percepciones sobre las relaciones insanas, de manera que se establezcan los requerimientos del proyecto acorde a las necesidades de usuario.
2. Generar un material gráfico interactivo que, a través de actividades, promueva la reflexión, comprensión e interés de los usuarios sobre la violencia de pareja y, facilite a su identificación temprana.
3. Comprobar que el material gráfico desarrollado persuada e interese al público objetivo y mejore su comprensión sobre los temas de la violencia de pareja, de modo que se comprueben los requerimientos del proyecto.

5. Marco metodológico y aspectos a investigar

Es importante establecer la metodología científica y de diseño, ya que posibilitarán un buen desarrollo del proyecto. De tal forma que, la metodología científica permitirá recolectar toda la información que luego se analizará para aplicarla en la metodología de diseño.

5.1 Metodología científica

En el Manual de Investigación para diseñadores Visocky (2018) señala que la investigación cuantitativa está relacionada con objetivos medibles. Mientras que la cualitativa es más efectiva para indagaciones creativas. Por lo tanto, se ha tomado la decisión de realizar una investigación mixta para contar con resultados pertinentes desde distintas áreas.

Los temas a investigar se definieron con el propósito de entender la violencia de pareja, identificar cuáles son los temas que se les debe impartir a los universitarios, comprender las necesidades del público objetivo y conocer cuáles son las iniciativas que se están realizando sobre este tema. Asimismo, las técnicas que se eligieron para la recolección de datos son las que permiten un mejor análisis de la información una vez que se han recolectado

Para la investigación se trabajará con las siguientes herramientas:

Tabla 1: Métodos y técnicas de investigación

Métodos y técnicas de investigación

Tipo de investigación	Técnica	Instrumento	Temática abordar	Población
Descriptiva	Análisis bibliográfico	Google académico, papers, bibliotecas virtuales, libros, boletines e instancias gubernamentales.	Datos, hechos y cifras de la violencia de pareja a nivel mundial y en el Ecuador. Tipos de violencia en las relaciones de pareja, sus causas y consecuencias.	INEC, OMS, ONU Mujeres, Fiscalía, Psicólogos y Sociólogos.
Explicativa y Descriptiva	Entrevista semi estructurada	Grabación de audio Ficha de entrevista	Tipos de violencia en las relaciones de pareja, sus causas y consecuencias. Identificación de la violencia de pareja. Tratamientos para las víctimas de violencia.	Andrés Trujillo, Psicólogo clínico del Centro de Especialidades Médicas.
Explicativa y Descriptiva	Entrevista semi estructurada	Ficha de entrevista	Instituciones en donde se denuncia la violencia de pareja. Proceso que debe realizarse una vez que la denuncia se ha receptado.	Fabián Salgado Abogado particular

Tipo de investigación	Técnica	Instrumento	Temática abordar	Población
Explicativa y Descriptiva	Entrevista semi estructurada	Grabación de audio Ficha de entrevista	Tipos de violencia en las relaciones de pareja, sus causas y consecuencias. Comportamiento y modo de vida de los estudiantes universitarios. Qué información necesitan los jóvenes sobre la violencia de pareja. Qué tono y lenguaje se debe usar para informar a los jóvenes sobre la violencia de pareja.	Johanna Merino, Psicóloga clínica particular Soledad Pérez, Psicóloga Clínica de la Escuela Politécnica Nacional Daniela Oviedo M. Sc., Psicóloga Clínica del Centro de Promoción y Defensa de Derechos Humanos y Género (CEPRODEG)
Explicativa y Descriptiva	Entrevista semi estructurada	Grabación de audio Ficha de entrevista	Características y calidad del material informativo disponible para los universitarios sobre la violencia de pareja. Conocimientos de los jóvenes universitarios sobre la violencia de pareja.	Estefanía Mendoza Psicóloga Clínica particular Y Diseñadora Gráfica independiente Dr. Virginia Gómez De la Torre Directora de la Fundación Desafío
Etnográfica	Encuesta estructurada	Encuesta digital	Conocimientos y percepciones que tienen los jóvenes universitarios sobre la violencia de pareja.	109 estudiantes universitarios de Quito

Tipo de investigación	Técnica	Instrumento	Temática abordar	Población
Etnográfica	Observación de campo participativa y no participativa	Foto diario Ficha de observación	Analizar: Instrumentos y metodologías que usan distintas fundaciones y organizaciones en charlas y talleres para informar sobre la violencia de pareja. Comportamiento de los asistentes.	Charla CEPRODEG: 20 estudiantes de la UNIBE Rueda de diálogo No more Ecuador: 15 personas Círculos de mujeres de CEPRODEG: 2 sesiones. 10 personas por cada sesión
Explicativa y Descriptiva	Entrevista semi estructurada	Ficha de entrevista Grabación de audio	Conocer las metodologías, materiales gráficos y actividades que realizan las fundaciones sobre la violencia de pareja en conjunto con las universidades.	María José Sáenz, Coordinadora del proyecto violencia de género en Fundación Nuestros Jóvenes Miriam Romero Psicoterapeuta de Fundación Teléfono Amigo Dr. Virginia Gómez Directora de la Fundación Desafío Daniela Oviedo Psicóloga Clínica del CEPRODEG
Descriptiva y deductiva	Análisis tipológico	Páginas webs, redes sociales, folletos, imágenes, videos.	Análisis tipológico del material gráfico disponible en el mercado sobre la violencia de pareja.	Mundial, América y Ecuador

Nota: Elaboración propia

5.2 Metodología de Diseño

Referente a la metodología de diseño, se eligió los métodos de investigación para el diseño interactivo de Jaime Steane (2016) de su libro Fundamentos del Diseño Interactivo. Visto que, se enfoca en todo el proceso creativo y de investigación que debe realizarse entorno a un producto interactivo. Pues, se busca crear un producto que sea familiar al contexto de los usuarios y que llame su atención.

Se decidió dividir en tres partes la metodología de Jaime Steane (2016): Investigación, desarrollo y retroalimentación. En la siguiente tabla se detalla los pasos a seguir de la metodología.

Tabla 2: Metodología de la investigación del diseño interactivo.

Metodología de la investigación del diseño interactivo		
	Etapas	Aplicación en el proyecto
Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado • Estudio del usuario • Investigación visual 	Se recolecta información del problema, se identifica el comportamiento y percepción que tienen los usuarios sobre la violencia de pareja y se investiga sobre la comunicación visual que existe alrededor del tema.
Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de la información • Pensamiento conceptual • Mapas del sitio y flujo de tareas • Diseño de interfaz y elección de elementos formales de diseño • Storyboards • Creación de prototipos y mallas de alambre 	<p>En base a la investigación obtenida, se generan opciones de soluciones que logren informar sobre la violencia de pareja.</p> <p>Se eligen los elementos formales de diseño y se realiza uno o varios prototipos para corregir errores y lograr llegar a la propuesta final.</p>
Retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas de usuario 	Se evalúa el producto con el público objetivo y expertos, para comprobar el funcionamiento del mismo.

Nota: Adaptada de "Fundamentos del Diseño Interactivo" de Jaime Steane, 2016.

6. Desarrollo de la investigación

A continuación, se presenta los resultados de la investigación que se obtuvieron a través de las técnicas de recolección de datos que se presentaron en el Marco Metodológico.

6.1 Promoción de la salud de la violencia de pareja

6.1.1 Promoción de la salud de las fundaciones y organizaciones dentro de la universidad

Existen fundaciones y organizaciones en el país que gestionan distintas acciones sobre la violencia de pareja. Algunas de ellas son actividades preventivas y de promoción de la salud. Por lo tanto, se realizó entrevistas, observación participativa y no participativa con las siguientes fundaciones y organizaciones: Fundación Nuestros Jóvenes, Fundación Desafío, Teléfono Amigo, No Más en Ecuador, Centro de Promoción y Defensa de Derechos Humanos y Género. Con el propósito de conocer y analizar cuáles son sus intervenciones con el público objetivo y su reacción ante él (Anexo 5, 8, 9, 10, 11, 12).

Dentro de este marco, una de las acciones que realizan algunas fundaciones para informar a la comunidad universitaria sobre la violencia de pareja, son las charlas y talleres. Sin embargo, estas actividades no tienen un gran alcance del público. Pues, en una encuesta que se realizó a los estudiantes, se evidenció que solo el 17% recibió información a través de este medio (Anexo 4).

Además, gracias a las investigaciones con las fundaciones, se identificó que este tipo de actividades con los universitarios, en su mayoría no son constantes y permanentes. Pues, solo se las realiza cuando las universidades solicitan estas intervenciones. De tal forma que, una fundación había hecho su última participación en la universidad en el año 2015, y otras no tienen un cronograma de actividades con las universidades (Anexo 5, 8, 9, 10, 11, 12).

No obstante, se realizó una observación de campo no participativa en una de estas charlas, con la intención de analizar cómo se desarrollan y el comportamiento de los usuarios. En ella, se observó que la mayoría de los estudiantes no acuden a la charla por voluntad propia, sino que son llevados

por sus profesores en sus horas de clases. Por lo tanto, durante la charla se evidenció la falta de interés y atención en la mayoría de los asistentes. La cual, se incrementó con la ausencia de metodologías y actividades que involucren la reflexión y participación del público (Anexo 8).

Asimismo, la conferencista realizó preguntas al público sobre sus experiencias vivenciales de violencia, las cuales no eran respondidas. Sin embargo, cuando se exponían casos reales de víctimas de violencia, existía mayor interacción del público. Además, se apoyaban de una presentación que cambiaba la línea gráfica entre diapositivas, las cuales no mantenían una consistencia visual (Anexo 8).



Figura 3. Charla de violencia de pareja.

Por otra parte, las fundaciones y organizaciones también entregan material informativo a los estudiantes. Sin embargo, este no es el más amplio y no toma en cuenta la edad y contexto de los estudiantes universitarios. A continuación, se presenta ejemplos del material impartido por estas instituciones.



Figura 4. Material gráfico disponible para los universitarios.

Como se puede observar, las ilustraciones que representan los actos violentos están pixeladas, dificultando su comprensión. En otros casos, como en el volante, los textos pixelados y la calidad de la impresión hace que sea ilegible y no leíble, pues, impide leer cuales son las fases del ciclo de la violencia. Además, este material no cuenta con contactos o el nombre de la fundación para poder solicitar su servicio en caso de necesitarla. Asimismo, una fundación usa como material informativo para el público, una guía de 40 páginas que es pensado para especialistas.

Tomando en cuenta los resultados de esta investigación, se debe considerar para la propuesta de diseño canales de información masivos, que permitan el acceso inmediato a la información de la violencia de pareja por parte de los estudiantes. De este modo, no dependerán de terceros para poder recibir estos conocimientos, pues, esta no está llegando a los usuarios. Asimismo, la propuesta debe ser llamativa y contener ejemplos reales de esta problemática, con actividades reflexivas que permita persuadir a los estudiantes desde su contexto.

6.1.2 Promoción de la salud de las fundaciones y organizaciones fuera de la universidad

Las fundaciones y organizaciones realizan proyectos para apoyar, contener y erradicar la violencia de género, incluida la violencia de pareja. Ofrecen servicios psicológicos y legales a las víctimas de violencia y realizan proyectos para la comunidad.

Entre ellos se encuentran los círculos de diálogos, que son espacios permanentes que buscan compartir las experiencias y opiniones de los asistentes. Es por ello que, se realizó observación de campo participativa de estas actividades, con el fin de analizar las metodologías y comportamiento de los asistentes, que permitirán definir aspectos claves para la propuesta del proyecto (Anexo 9,10).



Figura 5. Fotografía círculo de mujeres. Recuperado de: [facebook.com/CEPRODEG](https://www.facebook.com/CEPRODEG)

Se encontró dos modalidades para estas intervenciones, una de ellas es solo para víctimas de mujeres, y la otra es abierta al público en general. Las dos utilizan la metodología terapia comunitaria integrativa sistémica (TCI) “La TCI es, una metodología de trabajo con grupos, que permite recuperar y desarrollar las capacidades y recursos individuales y comunitarios.” (Muyumpa, s.f.).

Cabe considerar que, no se dirigen específicamente a jóvenes y no abarcan directamente conceptos de la violencia de pareja. Pues, aunque las experiencias de los participantes pertenezcan a este tema, no se profundiza en donde denunciar, cuáles son los tipos de violencia, etc.

Al ser una metodología donde su objetivo es el dialogo, no se usa el apoyo de material gráfico, sin embargo, se rescata como la experiencia e historias de otras personas pueden ayudar a que los demás participantes se sientan identificados y que no están solos. Visto que, mientras los participantes contaban algunos sucesos de su vida, otros asentían y aportaban con consejos de como ellos lidiaron con esa situación. Generando interacción y empatía del tema.

6.1.3 Promoción de la salud en universidades

Según la Dr. Virginia Gómez de la Torre, es muy importante que en la universidad se informe sobre la violencia de pareja. Puesto que, en ella se conforman relaciones de pareja formales e informales y los jóvenes tienen relaciones sexuales con más frecuencia (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020).

Sin embargo, la profesional manifiesta que existe un problema en el sistema educativo, desde las escuelas y colegios, causando consecuencias cuando llegan en la universidad, es así como afirma “No hay un continuum de sensibilización, información, capacitación entonces llegan a la universidad con una manera de comportarse, hacen lo mismo que hace su familia, su papa, su mamá.” (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020). Agrega que en la universidad se privilegian los conocimientos técnicos antes que las habilidades sociales, tales como reconocer la violencia y qué hacer cuando se es violentado “El pensum universitario no le da importancia al tema de género” (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020).

Para un mejor análisis se consideró identificar en algunas universidades de Quito, que tipo de actividades se realizan entorno al tema de violencia de pareja. De esta manera, se identificó, que en la Universidad Central del Ecuador se creó un instituto de género. Una iniciativa que debería replicarse en las demás instituciones (V. Gómez de la Torre, comunicación personal, 27 de marzo de 2020).

Asimismo, se identificó el material gráfico que usan las universidades: Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Universidad Internacional del Ecuador, Universidad Iberoamericana del Ecuador, Universidad de las Fuerzas Armadas, para difundir información o sensibilizar a los estudiantes universitarios sobre este tema (Figura 6).



Figura 6. Recopilación del material digital de universidades de Quito.

De esta manera, se evidenció que no existe mucha actividad en medio sociales para informar sobre la violencia de pareja. Por otra parte, se generan más actividades alrededor de este tema en fechas conmemorativas, como el día de la violencia contra la mujer o en la semana de la salud mental. De igual forma, se identificó que los materiales informativos no son persuasivos y no invitan a la reflexión. Además, la mayoría de los materiales son para invitar al alumnado asistir algún evento, sin embargo, su presentación no llama la atención.

6.1.4 Promoción de la salud en internet

Es necesario analizar la promoción de la salud que se realiza en internet, ya que, según los resultados de la encuesta que se realizó a los estudiantes como parte de la investigación del proyecto, se identificó que la mayoría de ellos han recibido información de la violencia de pareja a través de internet (Anexo 4).

Sin embargo, la información que existe en este medio no es muy amplia y hay muchas páginas que desinforman. Como por ejemplo, las redes sociales, que es donde generalmente los jóvenes se informan. No obstante, estos medios no son una fuente confiable, puesto que no existe un filtro de lo que se comparte o comenta en ellas (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Análogamente, la Psicóloga Clínica y Diseñadora Gráfica Estefanía Mendoza, menciona que el material informativo que se encuentra en internet no está enfocado a estudiantes universitarios, pues estos son poco llamativos, repetitivos y no llaman la atención de los jóvenes. Por ende, los estudiantes universitarios no se interesan en él (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Además, añade que no existen muchas iniciativas para informar sobre la violencia de pareja, sobre todo en el Ecuador (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Para un mejor análisis del material informativo que tienen los jóvenes disponible en internet, se usó el buscador de Google y de redes sociales para identificarlo (Figura 6). Para ello, se usó términos como: ¿Qué es la violencia de pareja?, ¿Qué hago si mi novio me pega?, ¿Cómo se si estoy viviendo

violencia?, ¿Qué son las relaciones tóxicas?, mi novio es tóxico, mi novio me trata mal, etc.

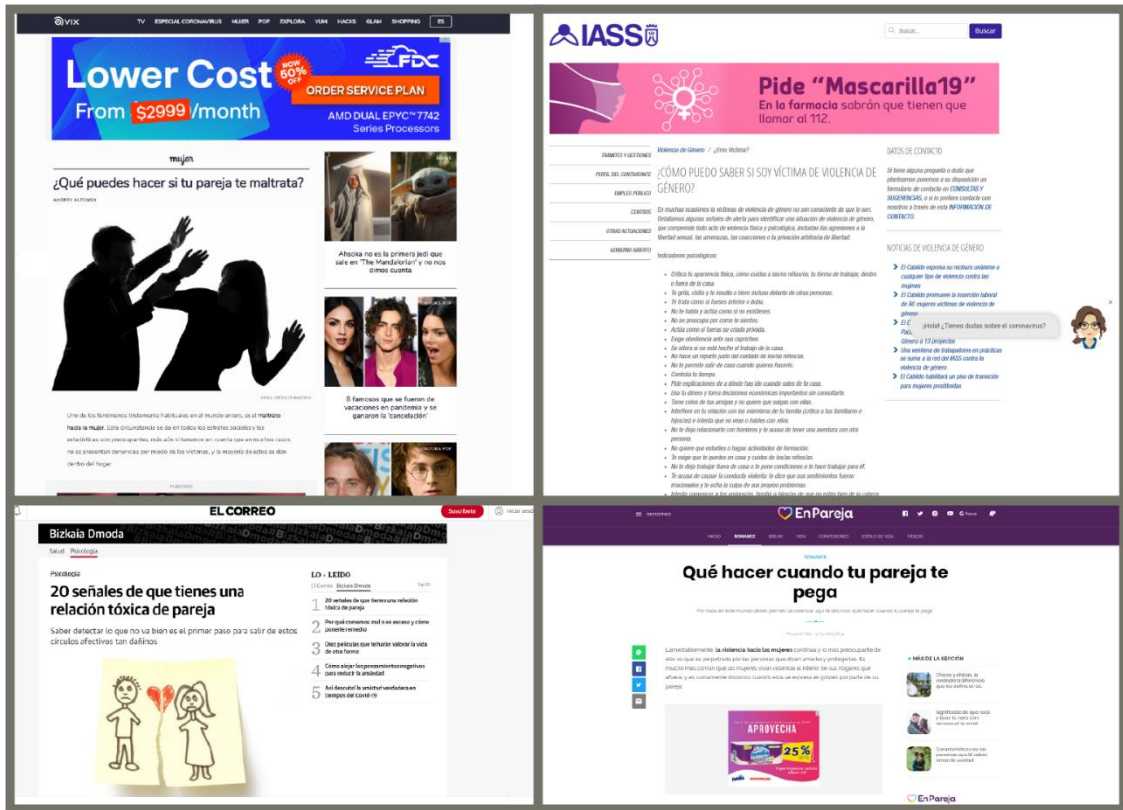


Figura 7. Material informativo digital de la violencia de pareja.

Se identificó que las páginas que se encuentran en Google sobre este tema no son ecuatorianas. Por lo tanto, no pueden dirigir a los usuarios a entidades públicas o fundaciones para que reciban asesoría en caso de necesitarlo. Además, su contenido se dirige a un público muy amplio, por lo cual no informan desde el contexto y la realidad de los estudiantes universitarios quiteños. Por otra parte, las páginas están llenas de publicidad que interrumpen la lectura.

Asimismo, algunos de los resultados que se obtienen de la búsqueda de Google son artículos, que, al tener un enfoque científico, es muy probable que los estudiantes no lo lean.

Cabe destacar que, según la Psicóloga Clínica Oviedo MSc. el material informativo sobre este tema debería conectar con el público y hacerlos cuestionarse sobre las relaciones insanas (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020). Sin embargo, gracias a la investigación se pudo observar que el material que se encuentra en internet solo contiene texto e imágenes que no invitan a la reflexión de los usuarios.

6.2 Perfil de los usuarios

Es importante conocer el perfil de los usuarios, ya que esto permitirá generar una propuesta que este enfocada a su realidad y necesidades. Por lo tanto, se realizó entrevistas a especialistas para identificar cuál es el comportamiento de los jóvenes universitarios en esta etapa de su vida.

Para empezar, en esta etapa existe un cambio de percepción y modo de vida de los estudiantes. Pues, creen que al elegir una carrera profesional aseguran un futuro prometedor. Del mismo modo, junto a la exigencia de la universidad, crecen las responsabilidades y surge la independencia (J. Merino, comunicación personal, 18 de octubre de 2019).

También, gracias a la libertad que obtienen a partir de los 18 años, surge una exploración personal, sobre lo que quieren hacer y de lo que son capaces de hacer. Asimismo, comienzan a surgir consecuencias por sus actos (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020).

Por otro lado, cambia la dinámica de las relaciones de pareja. Dado que, en el colegio solo podían ver a su pareja dentro de la institución. Mientras que, en la universidad las relaciones se vuelven más serias, pues pueden verse fuera del ámbito estudiantil, debido a que no hay quien los limite. Además, es una época en donde pueden experimentar más libremente la sexualidad (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020).

Respecto su actitud ante la violencia de pareja, se les puede dificultar admitir que son víctimas de violencia, porque pueden creer que este tipo de situaciones “no pasan en su mundo”, ya sea por su estrato social, universidad en la que estudian, o simplemente por el hecho de estar preparándose profesionalmente (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020).

Por ello, es importante que estén informados sobre los posibles problemas que se pueden presentar en su vida amorosa y cómo deben actuar ante ellos. Es necesario que entiendan que ciertas conductas no son normales ni admisibles en las relaciones sentimentales.

6.2.1 Conocimiento de la violencia de pareja por parte de los estudiantes universitarios:

Para conocer el conocimiento que tienen los jóvenes sobre la violencia de pareja, se realizó una encuesta a 109 estudiantes hombres y mujeres pertenecientes a las universidades de Quito (Anexo 4).

Se identificó, que el tipo de violencia que más reconocen los estudiantes es la violencia psicológica. No obstante, se les dificulta identificar los 3 tipos de violencia restantes, sobre todo la violencia sexual y económica. Visto que, el 60% no considero la violencia sexual y el 77% la violencia económica, como tipos de violencia que se pueden dar en una relación de pareja.

En cuanto a la violencia física, a pesar de ser uno de los tipos de violencia más evidentes, no todos los estudiantes la pudieron reconocer.

Conviene señalar que el 82,6% de estudiantes no conocen donde debe acudir una víctima de violencia.

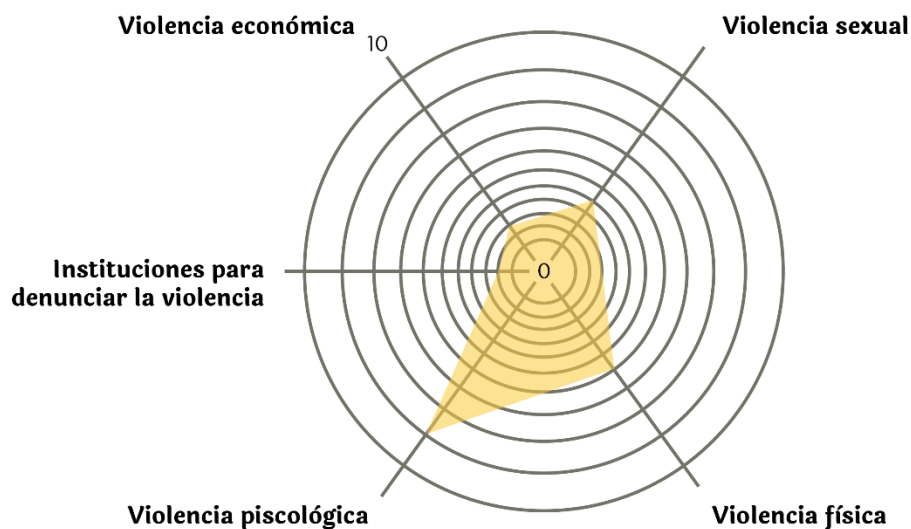


Figura 8. Adaptado de Telaraña de Bernstein (1984)

En definitiva, esto representa un problema, ya que si no reconocen los 4 tipos de violencia que se pueden dar en una relación de pareja, es muy difícil que puedan identificarla cuando esta se presente en su vida.

También, se identificó que algunos jóvenes tienen ciertas percepciones erróneas de lo que se debe permitir en una relación sentimental. Pues, el 33,9% de estudiantes creen que es permitido revisar los mensajes y redes sociales de la pareja. Es necesario que reconozcan estas manifestaciones de

violencia que esta naturalizadas, de modo que puedan evitar que estas avancen.

Por otra parte, el 30,3% no ha recibido ninguna información sobre la violencia de pareja. Y, la mayoría de quienes, si la han recibido, ha sido a través de internet. Sin embargo, muchas de las páginas y redes sociales que se encuentran en este medio desinforman (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Por último, los jóvenes universitarios reconocen que la violencia de pareja es un problema muy importante y que puede suceder tanto a hombres como mujeres. Lo cual es bueno, porque es tan conscientes de que esta problemática existe.

6.3 Conceptos que deben conocer los jóvenes sobre la violencia de pareja

Es preciso señalar, que información necesitan conocer los jóvenes sobre la violencia de pareja, con el fin de incluirla en la propuesta de diseño.

La Psicóloga Clínica Johanna Merino (comunicación personal, 18 de octubre de 2019) indica que los universitarios deben conocer qué es la violencia de pareja, cuáles son los tipos de violencia y como se manifiesta, desde lo más sutil hasta lo más grave. También agrega que es importante que conozcan que deben hacer en caso de ser víctimas. Esta información les permitirá identificar en algún momento de su vida si es que están siendo maltratados y conocer a donde pueden acudir.

Además, la Psicóloga Clínica María Soledad Pérez, menciona que debería entregarse información a los estudiantes a partir de lo más básico y lógico de la violencia de pareja, ya que puede que no conozcan esta información. Asimismo, añade que debe estar libre de tecnicismos para una mejor comprensión de los estudiantes. Es de suma importancia que este presentada de forma clara, empática y asertiva (S. Pérez, comunicación personal, 15 de octubre de 2019).

Por otro lado, Oviedo (comunicación personal, 29 de febrero de 2020) señala que es muy importante que la información que se entregue a los jóvenes sea cercana a ellos. Agrega que es muy importante usar ejemplos de su cotidianidad, visto que esto permitirá que se puedan sentir reflejados e identificados.

6.4 Canales de información y características del material informativo:

Con el propósito de identificar cuáles son las características que debe tener el material informativo desde el diseño gráfico, y que a la vez satisfaga los requerimientos de la interdisciplina, se realizó una entrevista a la psicóloga clínica y diseñadora gráfica Estefanía Mendoza (comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

La profesional expone que el material informativo debe llamar la atención de los usuarios, para que de esta forma se interesen en él. De tal modo que:

Yo considero que, por las características de esta audiencia y su interacción con los medios actuales, la información que se les entregue a los universitarios debe tener contenido gráfico, de ser posible entretenido e interactivo. Siempre y cuando lo amerite obviamente. Y un lenguaje con el que puedan identificarse (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Señala que la información no debe ser compleja, tiene que ser clara y debe apoyarse de recursos gráficos y párrafos cortos, "Mientras más familiar, mientras más interactivo, más ilustrativo sea, creo que tiene más facilidades de llamar la atención de los jóvenes universitarios" (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020). Por este motivo, es necesario tomar en cuenta todas estas características, que permitirán generar una propuesta gráfica que persuada a los usuarios a informarse sobre la violencia de pareja.

Además, añade que las fuentes de información que conectan con los jóvenes son blogs y páginas webs con contenido de experiencias personales. Agrega que lo óptimo es que la información no dependa de terceras personas (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

Por lo tanto, es importante utilizar canales de información que sean de fácil acceso y familiares al público objetivo. Asimismo, debe permitir la interacción de los usuarios con el contenido, el cual debe ser entretenido para ellos.

7. Marco teórico

El Informe mundial sobre la violencia y la salud de la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2002) clasifica a la violencia en: violencia interpersonal, violencia autoinfligida y la violencia colectiva.

Dentro de la violencia interpersonal se encuentra la familiar y la comunitaria. La violencia familiar dentro de sí misma incluye diferentes formas de abuso, entre ellas la que es infligida por la pareja (Mina, 2003).

De tal forma que, la violencia en la pareja es el maltrato que ocurre entre los integrantes de una pareja, sean conyugues o ex conyugues, novios o exnovios, vivan juntos o no. La violencia puede ser ejercida por una persona de la relación o por los dos (Romero, 2013).

7.1 Tipos de violencia

En la violencia de la pareja se pueden presentar todos los tipos de violencia, solo uno o la combinación de algunos. Romero (2011) identifica los tipos de violencia que pueden sufrir hombres y/o mujeres. A continuación, se presenta un resumen de lo que se expone en el libro:

7.1.1. Violencia física:

La violencia física es la más evidente, se manifiesta a través de golpes, bofetadas, empujones, jalar del cabello, etc., son todas las agresiones físicas donde el maltratador usa sus fuerzas para infligir daño en el cuerpo de la otra persona haciéndolo directamente o usando algún objeto.

7.1.2. Violencia psicológica:

Este es el tipo de violencia más común. El agresor o agresora causa humillación e intimidación en la víctima, induciendo sentimientos negativos en la víctima. Estas personas usan apodos, bromas denigrantes, críticas, amenazas, entre otras cosas.

7.1.3. Violencia económica:

El agresor o agresora infiere en la economía de la víctima, teniendo el control sobre el dinero. De modo que, roba o prive a la pareja de él (Romero, 2011).

7.1.4. Violencia sexual:

Freire (2010) menciona que la violencia sexual son las conductas que incluyen forzar el contacto corporal, tales como: las caricias, la penetración, etc., pero también ocurre sin necesidad que haya algún contacto físico. Como por ejemplo, cuando hay exhibicionismo, observaciones obscenas, etc.

7.2. Ciclo de la violencia

Por otro lado, Freire (2010) en su libro, menciona el ciclo de violencia que se da en las parejas en 3 fases, resumida de la siguiente manera.

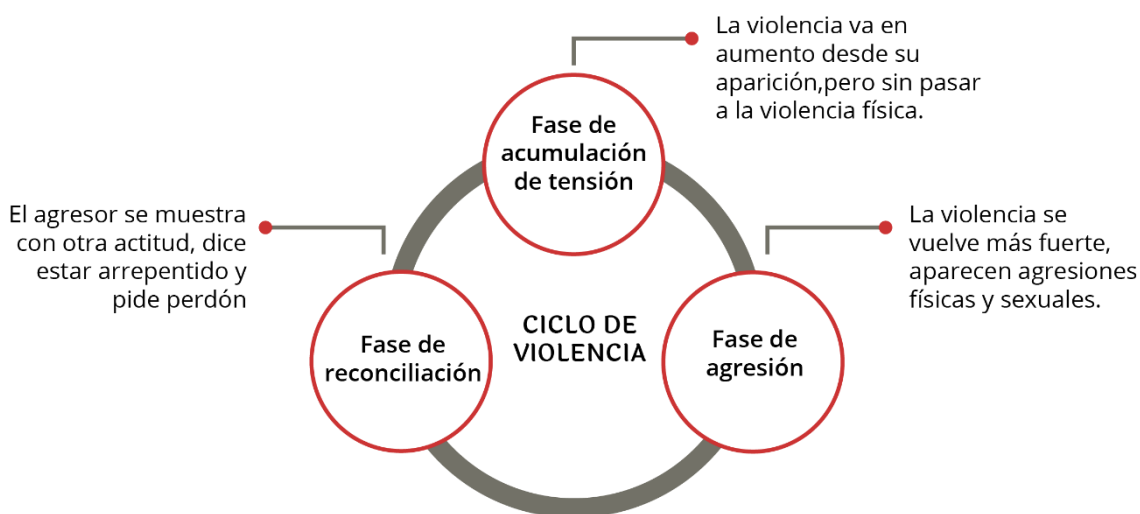


Figura 9. Ciclo de la violencia.

7.3. Método del caso

Se ha investigado que metodologías se usan para informar sobre la violencia de pareja, con la intención de elegir la que mejor se adapte a las necesidades del proyecto.

Por esta razón, se eligió el método del caso y juego de roles, visto que han tenido resultados positivos en las intervenciones donde se los ha usado. Como por ejemplo, con jóvenes estudiantes en Colombia (Rey, 2018).

Así pues, "El método de casos es un modo de enseñanza en el que los alumnos construyen su aprendizaje a partir del análisis y discusión de experiencias y situaciones de la vida real" (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2010). Esto permitirá que los estudiantes reflexionen sobre una situación de violencia.

Por otra parte, los juegos de roles se definen como "Esta técnica es útil para manejar aspectos o temas difíciles en los que es necesario tomar diferentes

posiciones para su mejor comprensión” (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2010). Un aspecto muy importante para el proyecto. Pues, se necesita que los jóvenes se pongan en la posición de una víctima de violencia para generar empatía del tema.

Se adaptará la metodología según las necesidades del proyecto. Con la intención de cumplir con los requerimientos de usuario y de diseño.

7.4 Violentómetro

El violentómetro es un material didáctico creado por el Instituto Politécnico Nacional de México. Este se presenta en forma de termómetro o regla, y permite visualizar las manifestaciones de violencia, “Es una herramienta útil que permite estar alerta, capacitado/a y atento/a para detectar y atender este tipo de prácticas” (Instituto Politécnico Nacional, 2009). Cabe mencionar, que los actos violentos pueden presentarse de forma consecutiva o intercalada.

El violentómetro está dividido en tres niveles: ¡Aléjate! La violencia está presente, ¡Reacciona! Denuncia y pide ayuda, ¡Tu vida está en peligro!. Cada una de ellas contiene diferentes manifestaciones violentas.

De modo que, señala los actos de violencia más sutiles hasta los más extremas (Instituto Politécnico Nacional, 2009) .

En efecto, este material didáctico será de gran ayuda para que los usuarios puedan visualizar como se va presentando la violencia y como va progresando.

7.5. Diseño social:

En cuanto al diseño, Ledesma (2018) expone seis zonas (Figura 10) en las que el diseño social puede intervenir. El proyecto se encuentra en dos: “generar conciencia social” el cual se vincula directamente con las reflexiones y concientización que se busca realizar en la sociedad acerca del tema de la violencia de pareja. El de “Incluir grupos aislados por motivos no económicos” donde se toma en cuenta las mujeres, que es un grupo que dentro de la violencia de pareja se ha identificado como el más vulnerable. Y en el de “Potenciar la calidad de vida y bienestar social” porque al otorgar información que prevenga la violencia de pareja, se contribuye a tener una vida libre de violencia.

En la siguiente figura se muestra el hexágono propuesto por Ledesma (2018) en el cual las áreas de coloreadas son en las que este proyecto se inserta (Figura 10):

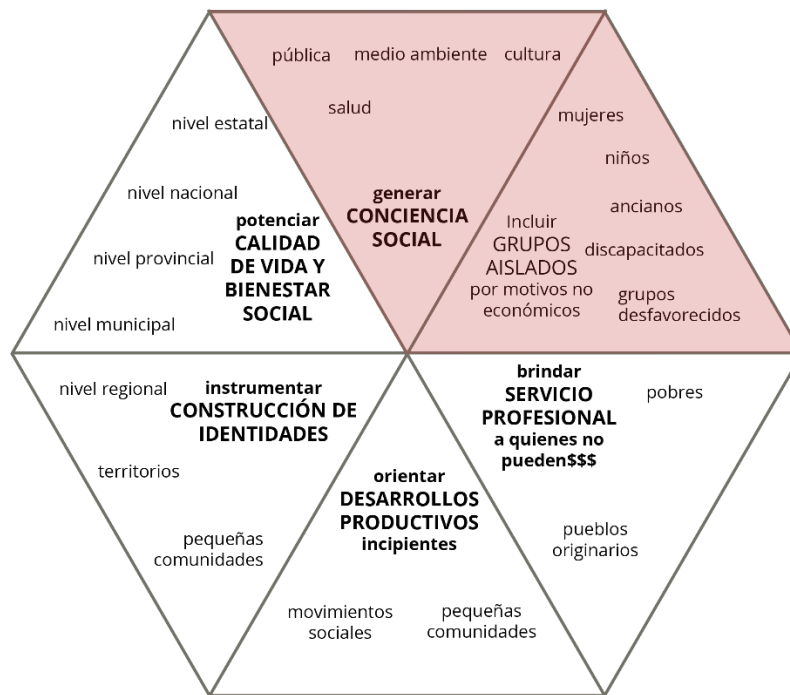


Figura 10. Hexágono de las intervenciones del diseño social. Adaptado de: Ledesma y López, 2018.

Además, María Ledesma (2017) señala que la violencia contra las mujeres se debe a su género, y que este hecho las vuelve vulnerables. Es así que "...las mujeres -vulneradas o vulnerables, afectadas o en riesgo- se incluyen dentro de las coordenadas del diseño social" (Ledesma, 2017). De modo que, el rol del diseñador está en la acción social con incidencia real que tiene sobre esta problemática.

La autora menciona que este diseño social se puede concebir en dos modos, el primero es por medio del activismo y el segundo a través de procesos que permitan mejorar la calidad de vida de la mujer (Ledesma, 2017).

Para el desarrollo del proyecto se tomará en cuenta estas dos modalidades. Ya que, se generará conciencia sobre la violencia en la pareja, pero también se brindará información que busca mejorar la calidad de vida de los usuarios.

Por último, el tema de violencia de pareja se incluye en la educación no formal. Visto que, Frascara (2012) señala que el objetivo de los mensajes educativos en la sociedad es generar reflexiones individuales y colectivas, donde el aprendizaje se adquiere de forma activa. No solo basta que el

material sea interactivo, es necesario que las personas se involucren en él. De modo que, la propuesta de diseño debe invitar a que los usuarios reflexionen y se cuestionen sobre las relaciones insanas.

8. Análisis tipológico

Se realizó un análisis tipológico de los productos que existen acerca del tema, para determinar que está funcionando y que no. Sin embargo, no existe material específico de la violencia de pareja, la mayoría tiene un enfoque general de la violencia de género. Pero para el análisis se ha rescatado lo más cercano.

Hers:

Hers es un juego de cartas realizado por la diseñadora Clara Gràcia Closa en España, este se basa en una metodología de un juego llamado Black Stories. Cuenta 24 historias de mujeres víctimas de violencia para crear conciencia sobre la violencia de género.

La modalidad del juego es que solo uno de los participantes conoce la historia, mientras que el resto de los jugadores deben reconstruirla a base de una ilustración.

Se rescata el uso de la herramienta coeducación y del uso de una actividad lúdica a través de historias para concienciar a los adolescentes. Sin embargo, no informa sobre los tipos de violencia, y que se debe hacer en caso de ser víctima.



Figura 11. Fotografía de las cartas de "Hers"

Recuperado de: https://www.behance.net/gallery/85915994/hers-2019?tracking_source=search%7Chers

Tipografía	Color
Serif para la identidad y sans serif para textos.	Tonos rosados, rojos y azules con opacidad.
Imagen	Composición
Ilustraciones surrealistas.	En un lado de la carta está la historia y en el otro la ilustración.
Proceso	
Impresión digital risografía	

Figura 12. Matriz de elementos de Diseño

It's not violent:

SOS Violence Conjugal (Figura 12) es una organización de Canadá que busca ayudar a la seguridad y recuperación de víctimas de violencia de género. La página web cuenta con 5 alternativas de simulación de chat, en el pueden elegir entre 3 opciones para responder a su novio. Al finalizar la conversación la página lleva a una pantalla que pregunta si la conversación fue violenta, para luego proveer de información específica sobre el tema.

Lo interesante de esta página web, es que usa un elemento del contexto de los jóvenes para llamar su atención y así informarles sobre la violencia de género.

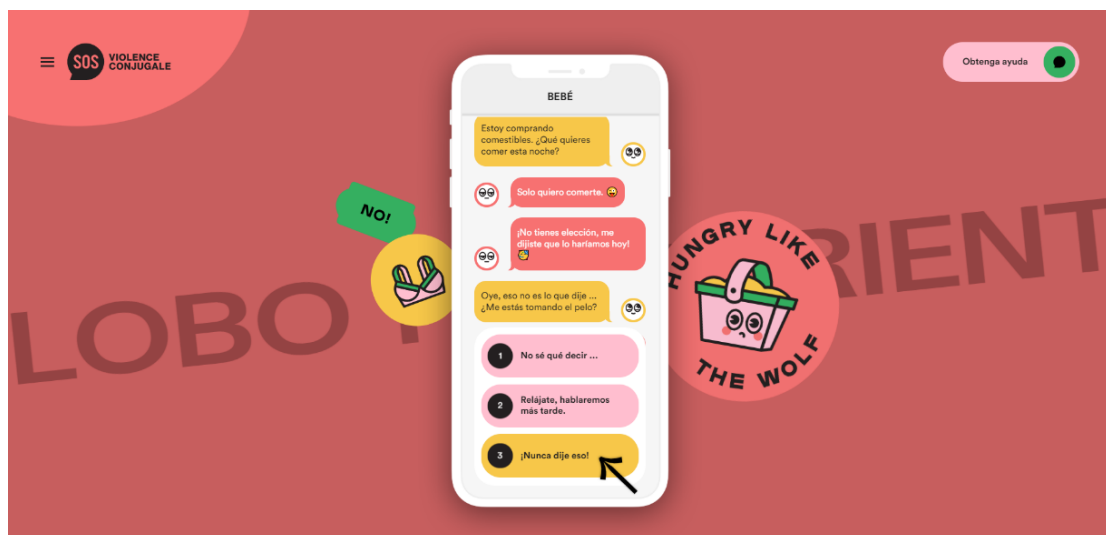


Figura 13. Captura de pantalla de página web It's not violence. Recuperado de: <https://itsnotviolent.com/scenarios/5/results>

Tipografía	Color
Sans serif en caja alta para textos cortos y, caja baja para largos.	Tonos de baja saturación, secundarios y terciarios.
Imagen	Composición
Ilustraciones caricaturesca.	Simula la interfaz de un chat.
Proceso	
Digital	

Figura 14. Matriz de elementos de Diseño.

Fog of love

Es un juego de mesa realizado por Jacob Jaskov y financiado por kickstarter, el valor del juego es US \$ 39,95. Aunque este juego no está relacionado con la violencia de pareja se introduce la relación sentimental como la temática principal del juego, abordándolo desde una perspectiva de “comedia romántica”.

Se toma en cuenta como por medio del juego de roles, los participantes interpretan a dos personas enamoradas que tendrán que vivir distintas situaciones de la vida real. Las decisiones de los usuarios influirán en como terminará el juego.



Figura 15. Fotografía del juego Fog of Love

Recuperado de: <https://www.fogoflove.com/>

Tipografía	Color
Serif	Colores fríos, secundarios y terciarios. Predomina el blanco.
Imagen	Composición
Siluetas de mujer y hombre. Destellos.	textos centrados sobre fondos desenfocados.
Proceso	
No específica.	

Figura 16. Matriz de elementos de Diseño

9. Requerimientos del usuario

A continuación, se desarrollan una serie de herramientas que permitirán establecer las necesidades del usuario y las oportunidades del diseño gráfico.

9.1 Investigación con el usuario

Es importante señalar que la investigación con el usuario se profundiza en el desarrollo de la investigación. Sin embargo, cabe destacar que el contexto en el que se desenvuelve el público objetivo es el universitario. Donde la tecnología es uno de sus principales medios de información y comunicación. De tal forma que "la tecnología supone un elemento central en la identidad juvenil del siglo XXI" (Martos et al. 2016). Además, la presencia y actividades sociales con amistades y pareja es muy activa. (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020).

Cabe mencionar que, su primera iniciativa siempre es buscar información en internet, puesto que las tendencias sociales y virales están muy marcadas en este público. Asimismo, siempre buscan contenido social e interactuar con otras personas a través del internet. De igual forma, muchas veces se dejan guiar por el contenido y comentarios que ven en redes sociales (E. Mendoza, comunicación personal, 31 de marzo de 2020). Sin embargo, gracias al acceso ilimitado que tienen al internet, se vuelven mucho más críticos y se cuestionan mucho más los ideales impuestos por la sociedad (D. Oviedo, comunicación personal, 29 de febrero de 2020).

Para entender mejor al usuario se desarrolló un mapa de empatía que se logró definir tras las entrevistas con los profesionales y las técnicas de investigación definidas en el marco metodológico, tales como encuesta, observación participativa y no participativa con los usuarios (Figura 17).

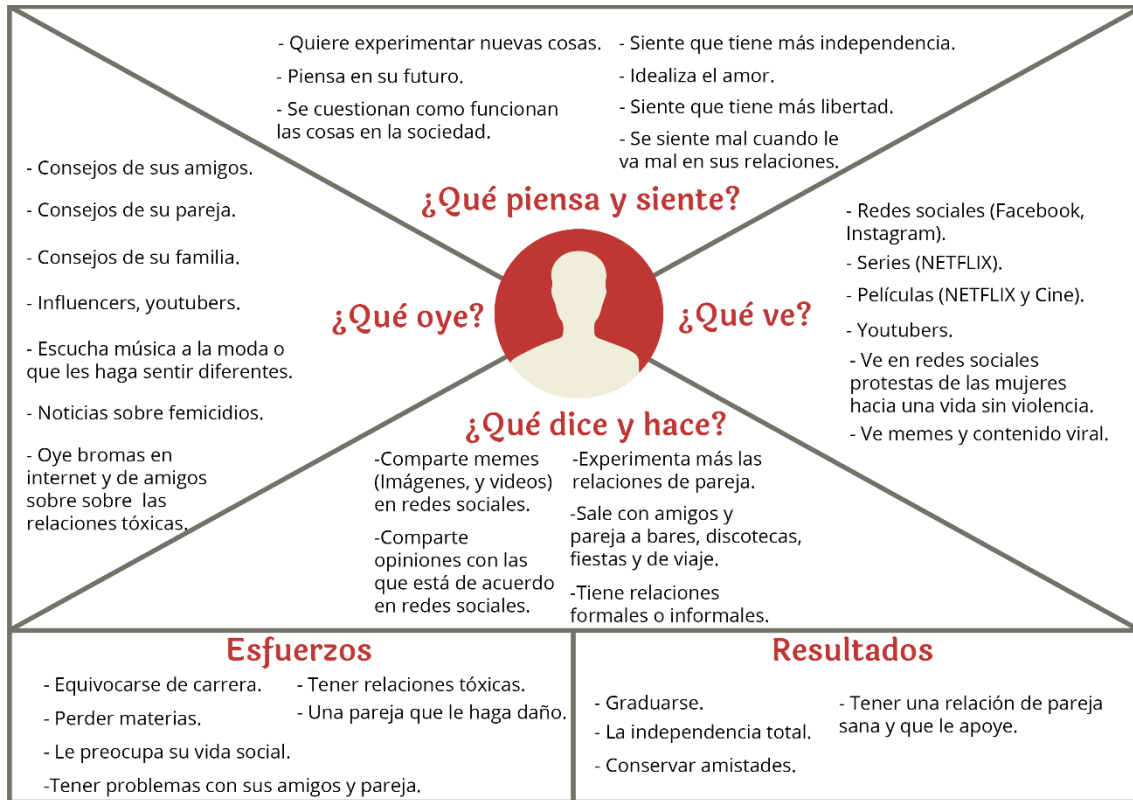


Figura 17. Mapa de empatía Adaptado de "Design Thinking".

9. 2 Lienzo de la propuesta de valor

Por otro lado, con la intención de ligar al usuario con el producto, se usó la herramienta lienzo de la propuesta de valor, la cual permite identificar el valor diferenciador del proyecto (Figura 18).



Figura 18. Value Proposition Canvas. Adaptado de "Diseñando la propuesta de valor" de Osterwalder A., 2014.

9.3 Lienzo de modelo de negocio

Asimismo, se utilizó el lienzo de modelo de negocios (BMC), de tal manera que se identifique los requerimientos del mercado y la propuesta de negocio, tomando en cuenta todos los actores y elementos claves que se necesita para la propuesta de diseño (Figura 19).

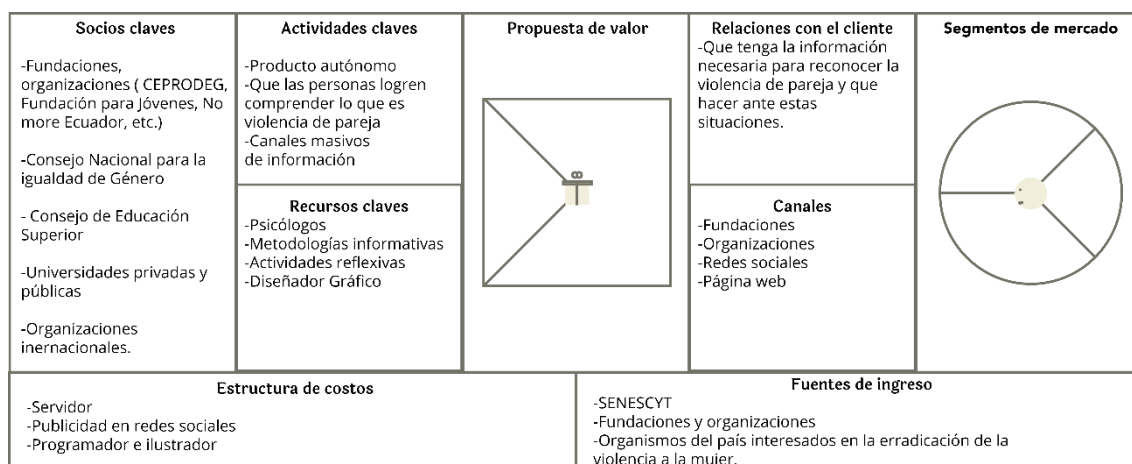


Figura 19. Business Model Canvas. Adaptado de "Diseñando la propuesta de valor" de Osterwalder A., 2014.

9.4 Requerimientos del proyecto

Como resultado de la investigación del proyecto, se definió los requerimientos del usuario y la interdisciplina, de modo que se genere un producto gráfico que responda a estas necesidades.

Tabla 3: Requerimientos del proyecto

Usuario	Interdisciplina	Solución
Que el material les llame la atención y les persuada a informarse	Información que no sea muy teórica o técnica	Realizar un material interactivo por medio de canales de información familiares al usuario
		Gráficos claros, evidentes y directos
	Actividades reflexivas	Juego de roles. Uso del método del caso
Información al alcance	Difusión masiva de la información	Uso de medios digitales
Que tome en cuenta su edad y experiencia	Que los usuarios puedan sentirse identificados con la información	Que el lenguaje y códigos usados sean del contexto del usuario
		Ejemplificar la información a través de una historia
Identificar que es la violencia de pareja	Informar a los usuarios sobre: como se presenta la violencia de pareja, sus consecuencias y medidas de acción.	

Es necesario que los estudiantes universitarios tanto mujeres como hombres estén informados sobre: los tipos de violencia, las distintas manifestaciones de violencia, que se debe hacer en caso de ser víctima de violencia y cuáles son las consecuencias de ser víctima y victimario. De tal forma que, a través de esta información los estudiantes puedan identificar qué acciones se deben tomar ante una de estas situaciones, tanto como si se les presenta a ellos o a un amigo y familiar.

Del mismo modo, el producto a realizar debe conectar con el público objetivo, dirigiéndose a ellos desde su contexto y sus códigos. Además, debe integrar tanto a hombres como mujeres, porque es necesario que los dos adquieran esta información.

10. Respuesta tentativa

La respuesta tentativa del proyecto es realizar un material interactivo, que, a través de actividades reflexivas informe al público sobre lo que es la violencia de pareja. De tal forma que, por medio de un producto que les llame la atención, los jóvenes puedan interiorizar la información otorgada, como: los tipos de violencia, las consecuencias de ser víctima, victimario y lo que deben hacer si son violentados. Este material servirá como un recurso para la promoción de la salud de este tema, tanto como para precaver posibles relaciones de violencia en el presente y del futuro.

The background is a solid red color. There are two white decorative lines: one in the top-left corner that forms a loop and extends towards the center, and another in the bottom-right corner that curves upwards and towards the center.

Segunda parte

Propuesta de diseño

11. Definición del proyecto:

Una vez realizada la investigación, se define que el producto a desarrollar debe ser digital, ya que el tema amerita tener una difusión masiva. De esta forma, la información no dependerá de terceros para informar a los estudiantes, pues como se ha observado en la investigación, las intervenciones de las fundaciones y universidades no están llegando al público objetivo, ya sea por inconvenientes en la logística, el personal, falta de presupuesto, recursos, o simplemente, porque algunas de ellas no tienen líneas de acción en la promoción de la salud de la violencia de pareja en jóvenes universitarios.

Además, las TICS son un canal de información familiar a los usuarios. De modo que, se estará utilizando un medio de su contexto, que los persuadirá a informarse sobre la violencia de pareja.

Por otra parte, la violencia de pareja al ser un tema delicado y perteneciente a la disciplina de la psicología, necesita informarse desde metodologías propias del tema, ya que los mensajes que se entregue al público deben ser lo suficientemente claros para evitar cualquier interpretación errónea.

Por lo tanto, tomando en cuenta esto y los resultados de las investigaciones, donde se identificó que el público se interesaba en situaciones y hechos reales de casos de violencia, se ha decidido usar el método del caso. A través del cual, se presentará una historia interactiva que tome en cuenta la realidad del público objetivo, para que pueden reconocer en él cómo se presenta la violencia de pareja.

Es preciso señalar que, el producto debería estar enfocado a todas las identidades de género. Sin embargo, para su desarrollo se utilizó el caso de la mujer, puesto que como se ha evidenciado es el más vulnerable ante esta problemática. De tal forma que, los demás casos sigan la misma dinámica de la propuesta de diseño del proyecto.

11.1. Desarrollo del concepto de Diseño y generación de propuestas

11.2 Concepto del proyecto:

Carpintero (2009) quien define el concepto como partido conceptual dice “Los partidos no son objetos que existen y deben ser descubiertos, sino que son realizaciones que vinculan elementos a través de una particular mirada” (p.15). Es decir, que la elección del partido conceptual responde a una necesidad que se ha identificado en un proyecto. Por lo tanto, no son elecciones que se hacen al azar.

Como se puede observar, el concepto de diseño o partido conceptual es una etapa que definirá toda la comunicación gráfica del proyecto. Por eso, se debe poner mucho énfasis en él. Cada elemento o pieza gráfica que se realizará deberá responder al concepto establecido, dado que este ayudará a armonizar el conjunto total del sistema.

A partir de esto, para definir el concepto del proyecto, se usó una de las herramientas que Steane (2016) propone para explorar y concebir ideas, llamada “Lluvia de ideas” (Figura 20). Para su desarrollo se han realizado dos categorías: “Creencias del amor” y “Relaciones violentas”. De manera que, a través de la conexión de estos dos temas, se evidencie que si es posible que se den actos de violencia en una relación sentimental, situación que muchas veces es justificada o confundida con el amor.

Para la propuesta del concepto se ha tomado en cuenta todos los resultados de la lluvia de ideas (Figura 20). Sin embargo, las que están coloreadas son las que más influencia han tenido en la elección del concepto de diseño. Visto que, estas situaciones se presentan con más frecuencia y hacen que la relación violenta persista.

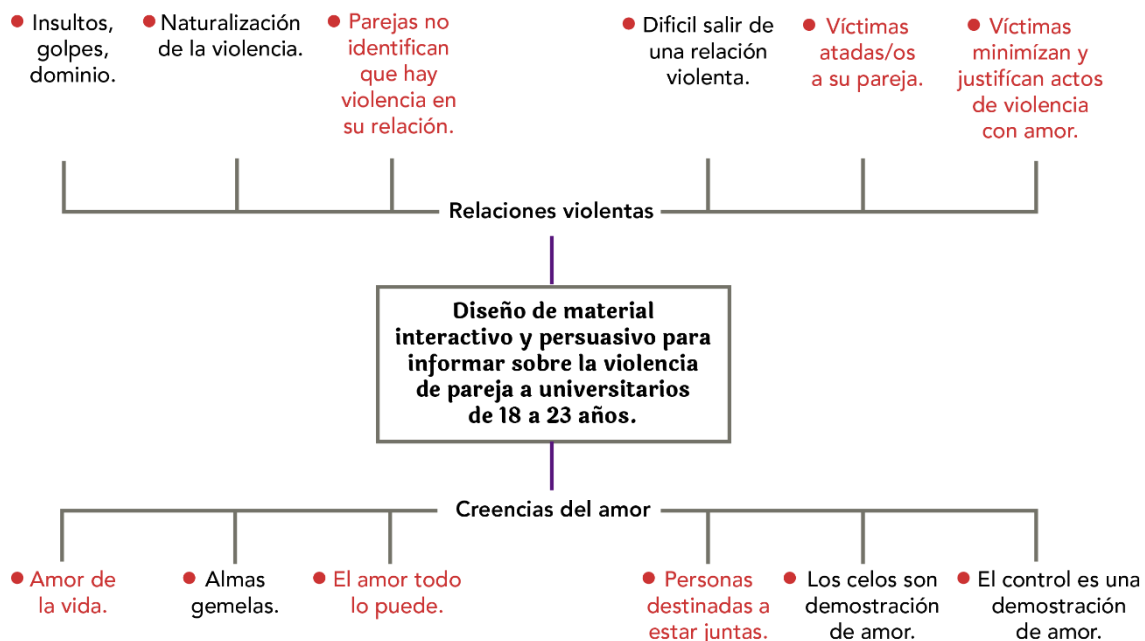


Figura 20. Lluvia de ideas. Adaptado de Steane, J., 2016, p. 341.

Con el fin de representar los resultados de la herramienta de lluvia de ideas, se ha decidido usar una figura retórica, dado que la retórica ayuda a generar seducción y persuasión en el diseño (Lupton, 2012, p.82). Un aspecto muy importante a considerar para el proyecto, teniendo en cuenta que se necesita persuadir a los usuarios para que se interesen en el tema.

Es por ello, que se seleccionó la paradoja, la cual se define como "Afirmación contradictoria o absurdo irónico que desafía el sentido común." (Lupton, 2012). Puesto que, se busca demostrar que alguien que supuestamente siente amor por una persona, es capaz de violentarla. De modo que, se contradice todo lo que debe ser una relación amorosa.

Por consiguiente, se ha seleccionado la leyenda del hilo rojo, que permitirá representar la paradoja del proyecto.

Es preciso señalar que esta leyenda de origen japonés, dice que todas las personas están unidas al amor de su vida a través de un hilo rojo, el cual está amarrado a su meñique. Y, que al encontrar a la persona que se encuentra al otro extremo del hilo, las personas por fin podrán sentirse completas. También, se cree que no importa lo tenso o enredado que este el hilo, este jamás se romperá (Muhimu, s.f.).

Por lo tanto, el concepto del proyecto se representa a través de la frase "El hilo rojo conecta, no ahorca" aludiendo que, aunque creas que alguien es el amor de tu vida y que están predestinados a estar juntos, no significa que

debas soportar maltratos o justificarlos con el sentimiento del amor. Además, se desea transmitir que alguien tiene la potestad de alejarse de una persona que le haga daño, por ejemplo, cortando el hilo rojo que lo unía a su pareja.

Cabe resaltar que este concepto se inserta en la historia como un símbolo constante y visible dentro de la narrativa. Dado que, gracias al aspecto visual del hilo, este puede ser usado para guiar al usuario dentro del producto. Incluso, el uso metafórico del hilo rojo puede ayudar a reforzar visualmente las distintas manifestaciones de violencia.

11.3 Generación de propuestas:

En esta etapa, se toma en cuenta toda la información que se recopiló en el primer capítulo, con la intención de generar y elegir la propuesta de diseño que mejor responda a las necesidades del proyecto.

Por lo tanto, se utilizó la herramienta “pensamiento irradiante” de Gallego (2004) que permite plasmar ideas interconectadas entre sí, a partir de una idea central (Figura 21). En ella se plasmó las características que debe tener la propuesta de diseño, identificadas en la investigación del proyecto.

De tal forma que, la idea central del pensamiento irradiante es “material informativo”, de él parten las características: actividades reflexivas, canales de información masivos, producto persuasivo y que sea de fácil comprensión para los usuarios.

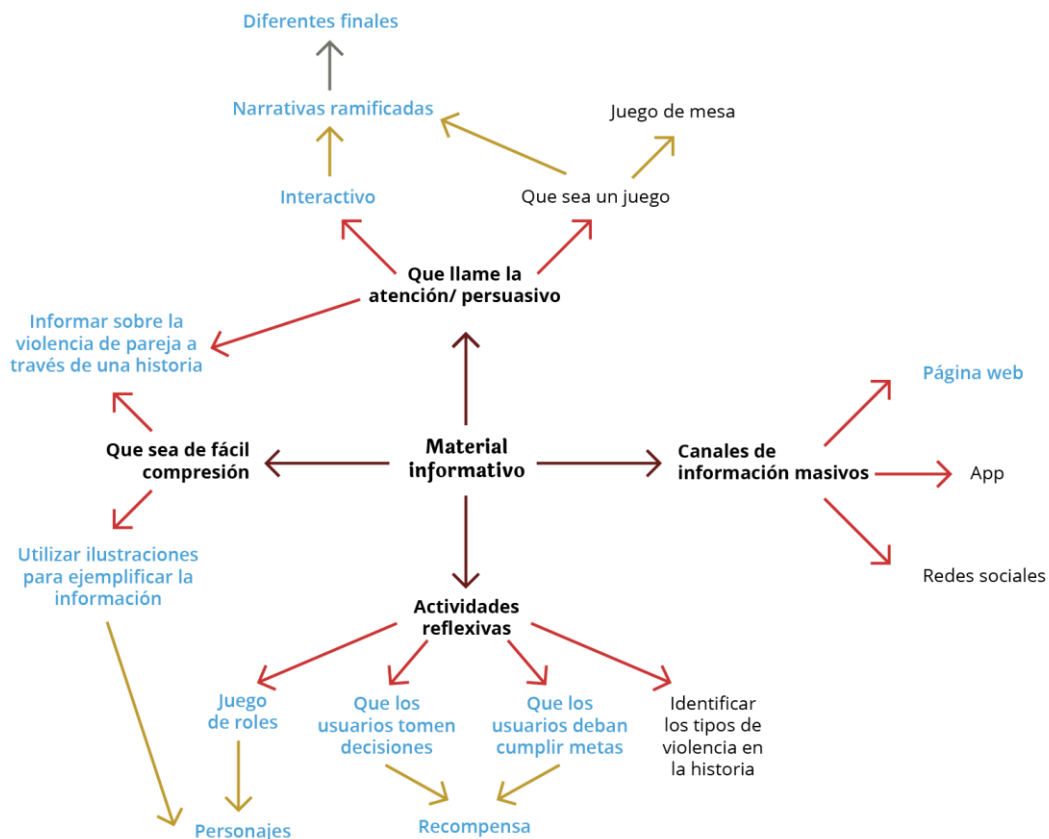


Figura 21 .Pensamiento irradiante. Adaptado de Gallego, F. 2004, p. 140.

En primer lugar, se determinó que la información debería entregarse a los usuarios por medio de una historia, visto que esta es la modalidad en la que se informa en el método del caso.

Al inicio, una de las primeras propuestas que se consideró para el proyecto, fue la creación de un juego de mesa, a través del cual se informaría a los usuarios sobre la violencia de pareja. Sin embargo, está y todas las propuestas que requerían la creación de un material físico, fueron descartadas. Debido a que, en la situación donde los usuarios podrían usarlos, sería en talleres y charlas. No obstante, como se evidenció en la investigación, estas intervenciones no son constantes, de modo que limitaría la entrega de esta información al público.

Por lo tanto, se consideró usar canales de información masivos. Por lo cual, se propuso generar una aplicación. Sin embargo, al identificar que los estudiantes universitarios generalmente, tienen poco espacio disponible en el dispositivo, se eliminó esta opción.

Además, esta propuesta pondría en riesgo a las víctimas de violencia que tuvieran esta aplicación, puesto que, los agresores podrían encontrar la aplicación en el celular de su pareja.

De tal forma que, se definió que la mejor opción era realizar una página web, ya que los jóvenes pueden acceder a la información sin necesidad de tener que descargarse algo. Asimismo, si llegan a ingresar usuarios que sean víctimas de violencia, pueden borrar el historial una vez que abandonen la página.

Se decidió también que, para llamar la atención del público objetivo, la historia sea gráfica e interactiva. En ella, los usuarios deberán tomar decisiones que cambiarán el rumbo de la historia, llevándolos a diferentes resultados y finales. Con esto se busca que los universitarios reflexionen acerca de cómo las decisiones que toman en su relación de pareja son claves e influyen en su vida, y aún más cuando están en una relación violenta.

Es necesario mencionar, que el juego de roles, la creación de personajes, la definición de metas y la obtención de recompensas, serán elementos claves que ayudarán a tener una buena experiencia del usuario con el material propuesto.

12. Teoría de Diseño para el desarrollo del proyecto

Para tomar decisiones sustentadas en el campo del diseño gráfico, se ha seleccionado bibliografía que sea de pertinencia para el proyecto. Por ende, se realizó una espina de pez que permite organizar y categorizar dicha información (Figura 22).

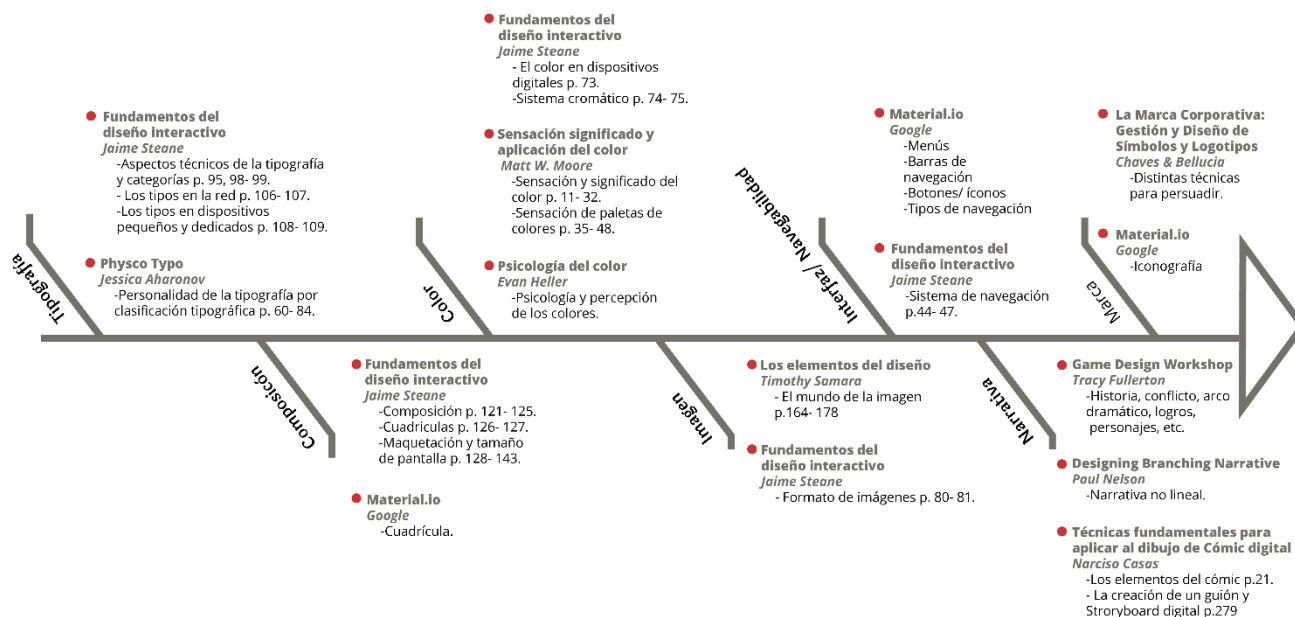


Figura 22. Espina de pez.

13. Generación de ideas, bocetos, dibujos e imágenes

En esta sección se definirá el funcionamiento del producto, para que una vez que este establecido, se proceda a diseñar la propuesta.

13.1 Protohistoria

La protohistoria es un plan de procedimiento que señala el contenido de las narrativas digitales interactivas y el cual permite calificar su potencial en cuanto a la experiencia de la narrativa. En otras palabras, como su autor lo menciona, son los ingredientes del sistema interactivo (Koenitz, 2015).

De tal forma que, en la protohistoria se especifica el ambiente, los recursos, los ajustes y el diseño de la narrativa del sistema. Por ende, se ha visto necesario definir estos elementos aplicados en el producto del proyecto.



Figura 23. Adaptado de "Interactive digital narrative", 2015, p.100.

Ambiente: El elemento ambiente abarca la dimensión y el espacio físico de la narrativa interactiva digital. De modo que, para el proyecto se determinó el uso de ilustraciones en 2 dimensiones y la distorsión del espacio físico, visto que se usó metáforas en la ilustración del hilo rojo, el cuál en ocasiones tiene un tamaño exagerado o toma la forma de elementos físicos.

Recursos: Los recursos son el medio por el cual se visualiza la narrativa, por lo cual en para la página web se usa las ilustraciones y los textos narrativos.

Ajustes: En cuanto a los ajustes, que son los recursos con el que el usuario interactúa, se estableció a la interfaz de usuario, la opción de volver a reintentar la historia y a los botones que permiten tomar decisiones en la historia.

Diseño de la narrativa: En esta sección se especifica qué tipo de narrativa se va a usar para la historia. En este caso, se ha elegido la narrativa no línea plegable, la cual se explicará más adelante.

13.2 Experiencia del usuario en las narrativas digitales interactivas

Roht y Koenitz (2017) señalan que las narrativas digitales interactivas crean experiencias de usuario. Sin embargo, hay que seguir ciertos requerimientos para que esta experiencia sea agradable.

Para definirlos los autores se basan en la teoría de Janet Murray. De tal forma que exponen que existen 12 niveles de dimensiones de experiencia de

usuario, los cuales están repartidos entre 3 categorías, los cuales son Agencia, Inmersión y Transformación.

Agencia: Entre los elementos que componen esta dimensión, se encuentra la usabilidad, por lo tanto, se ha usado hardware y software familiar al usuario. Otra de las características que la conforman, es el efecto que tienen sus acciones en la narrativa, mientras más significativas sean más satisfacción generará en el usuario.

Por ende, en la narrativa del proyecto todas las decisiones del usuario tienen una consecuencia inmediata. Además, si los usuarios vuelven a reintentar la historia y toman diferentes decisiones podrán ver otros resultados o los mismos con alguna variable.

Inmersión: Respecto a la inmersión, se refiere a que los usuarios tengan la sensación de estar junto a una persona. Por ende, toda decisión que tomen los usuarios genera una reacción del antagonista hacia el personaje que es controlado el usuario. Además, los usuarios pueden ponerle su nombre a la protagonista, el cual será nombrado por el agresor durante la historia.

Transformación: Uno de los aspectos que se ha tomado en cuenta para la transformación, es la apreciación eudaimonía, la cual se refiere a la conexión que hacen los usuarios de sus experiencias y recuerdos con los del entorno visual de la historia. De tal forma que, los lugares a los que acuden los personajes y las actividades que realizan son iguales a los que la mayoría de los universitarios hacen.

13.3 Elementos dramáticos:

Lindley (2005) categoriza a la historia interactiva dentro del amplio mundo de los videojuegos. Por lo tanto, se tomó en cuenta los elementos que, según el libro Game Design Workshop (2008) los videojuegos deben tener. Tales como, los elementos dramáticos.

Es necesario subrayar, que estos elementos dan contexto al juego. Asimismo, permiten generar experiencias enriquecedoras entre el jugador y el videojuego.

Es por ello, que se ha seleccionado los elementos dramáticos que permitirán definir aspectos fundamentales del producto.

13.3.1 Historia:

La historia es un elemento primordial de la propuesta de diseño, pues a través de ella se informará a los estudiantes universitarios sobre la violencia de pareja.

Por lo tanto, se eligió una historia procedente del campo de la psicología, la cual a través de un concepto conocido como “la escalera de la violencia” explica cómo se presenta la violencia de forma progresiva en las relaciones juveniles, “Los primeros peldaños disfrazan a la violencia de “amor”, habituando a la chica a los mandatos del chico. Sin embargo, cada vez la subida es menos difusa y se hace más evidente la violencia que sufren” (Ruiz, 2016).

Cabe señalar que, se realizó algunos cambios en la historia, tales como: cambio de actividades sociales, escenarios y nombres de los personajes. Con el fin de que sea lo más fiel posible a la realidad de los jóvenes quiteños.

Por otra parte, en el libro Game Design Workshop (2008) se expone que los resultados de las narraciones deben ser inciertas. Una de las maneras de lograr esto, es por medio de narrativas no lineales, en las cuales las acciones de los usuarios cambian la estructura de la historia.

13.3.1.1 Narrativas no lineales

En las narrativas no lineales, el jugador tiene la posibilidad de seleccionar una de las opciones que se le presenta en el juego, dependiendo cual sea, esta causara algún tipo de cambio en la ruta de la historia (Nelson, 2015).

Sin embargo, las narrativas no lineales pueden presentar un problema a la hora de desarrollarlas, pues como cada opción abre un nuevo camino que a la vez tiene más opciones, la cantidad de escenas que habría que escribir, ilustrar, programar, etc. sería excesivo (Nelson, 2015).

Por lo tanto, se eligió realizar una narrativa plegable. Puesto que, esta estructura permite que, en algunos momentos claves de la historia ciertas opciones conduzcan a escenas en común. De modo que se optimiza la cantidad de escenarios a realizar (Nelson, 2015). No obstante, para que los usuarios no pierdan el sentido de agencia se determinó que a algunas escenas solo se puede llegar por un camino, y a otras por máximo tres. Asimismo, se usó variables para que dependiendo de las decisiones que los usuarios hayan tomado en el transcurso de la historia, las escenas en común

tengan alguna variación entre ellas, ya sea en la eliminación o adición de algunas ilustraciones (Nelson, 2015).

De esta forma, se persuade a los usuarios a que repitan la historia varias veces, con el fin de conocer nuevas escenas a las que no llegaron en el primer intento. Conviene señalar que se definieron dos opciones por escena, de las cuales el usuario solo podrá elegir una para continuar con la historia.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo de la narrativa interactiva (Figura 24).

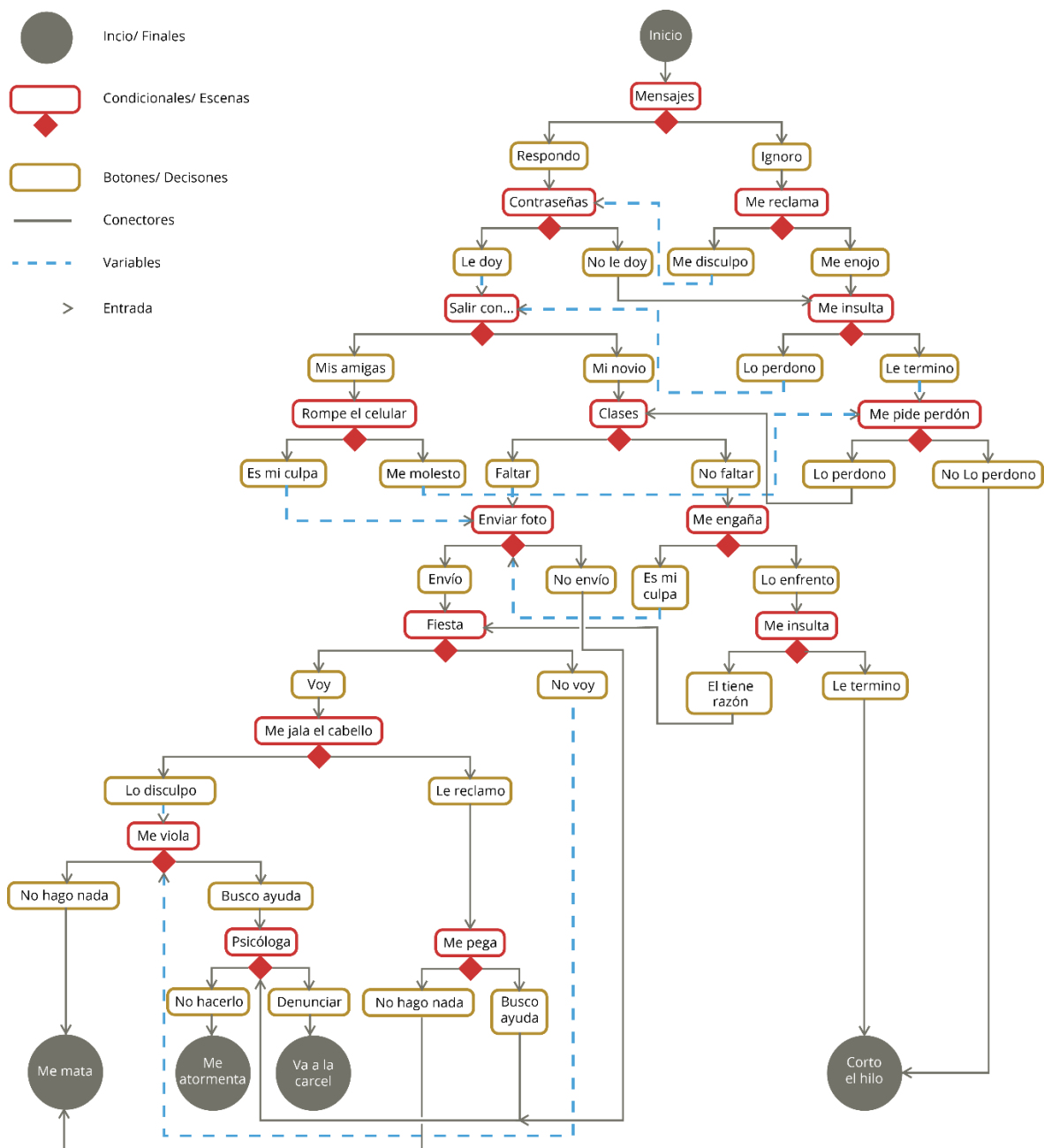


Figura 24. Diagrama de flujo.

13.3.1.2 Storyboard

El storyboard permite dibujar la secuencia de la historia. Además, en él se anotan observaciones importantes que se deben tomar en cuenta en cada una de las escenas (Casas, 2015, p.281). Es una primera aproximación gráfica del producto.

Asimismo, permite determinar los planos que se usaran para destacar lo más importante de cada escena.

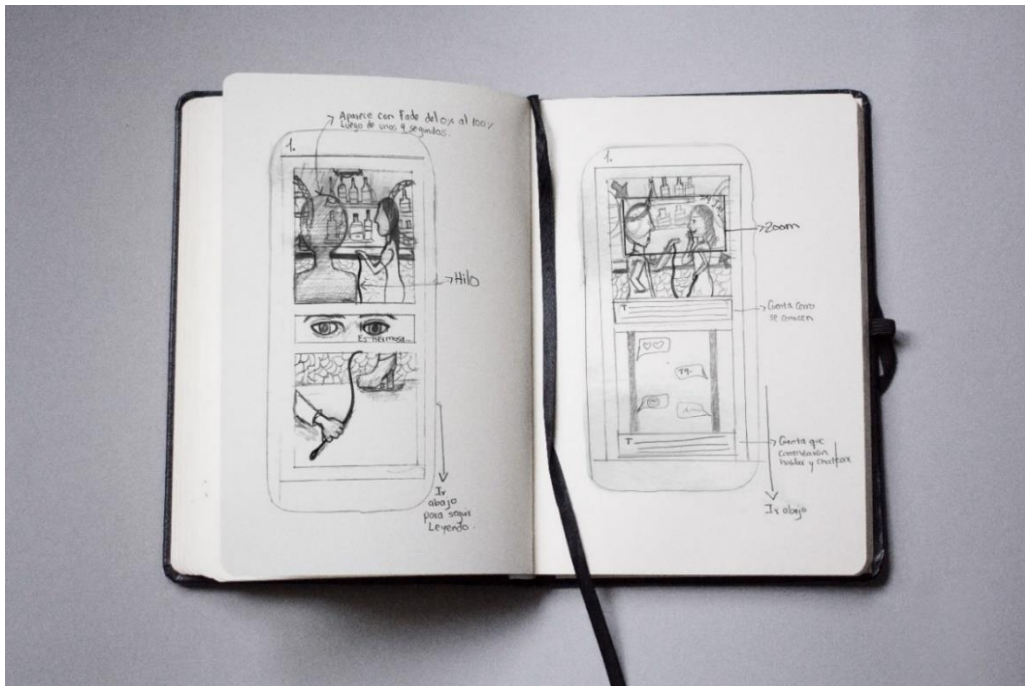


Figura 25. Storyboard.

También, se experimentó con el hilo en físico, con el propósito de analizar su forma y movimiento para posteriormente pasar a digitalizarlas.



Figura 26. Boceto con hilo.

13.3.2 Arco narrativo

Fullerton (2015) dice que “el arco narrativo es la columna vertebral de todos los medios dramáticos, incluyendo juegos” (Fullerton ,2015). El autor agrega que el uso de esta herramienta puede llegar a causar grandes emociones en los usuarios.

El arco narrativo se divide en 5 partes: exposición, acción ascendente, clímax, acción descendente, desenlace. A continuación, se presenta la descripción de cada uno de ellos y su aplicación en la historia

Tabla 4: Descripción del arco narrativo.

5 partes del arco narrativo	Función	Aplicación en el proyecto
Exposición	Se introducen los personajes y conceptos importantes	Los personajes se conocen y comienzan una relación formal
Acción ascendente	Surge un conflicto que se opone al protagonista	El agresor empieza controlar a su pareja
Clímax	La acción ascendente conduce al clímax. Se introducen eventos decisivos	Las agresiones que vive la víctima son más fuertes, se encuentra en peligro
Acción descendente	Cae la acción y comienza a ver una resolución del conflicto	La víctima elige su destino
Desenlace	Se presenta el final de la historia	La víctima llega a uno de los 4 finales dependiendo de las decisiones que tomo

Nota. Adaptado de "Game Design Workshop" de Fullerton, 2008.

Cabe destacar, que la historia está hecha de tal forma que no importa que camino recorra el usuario, siempre presencia las 5 partes del arco narrativo

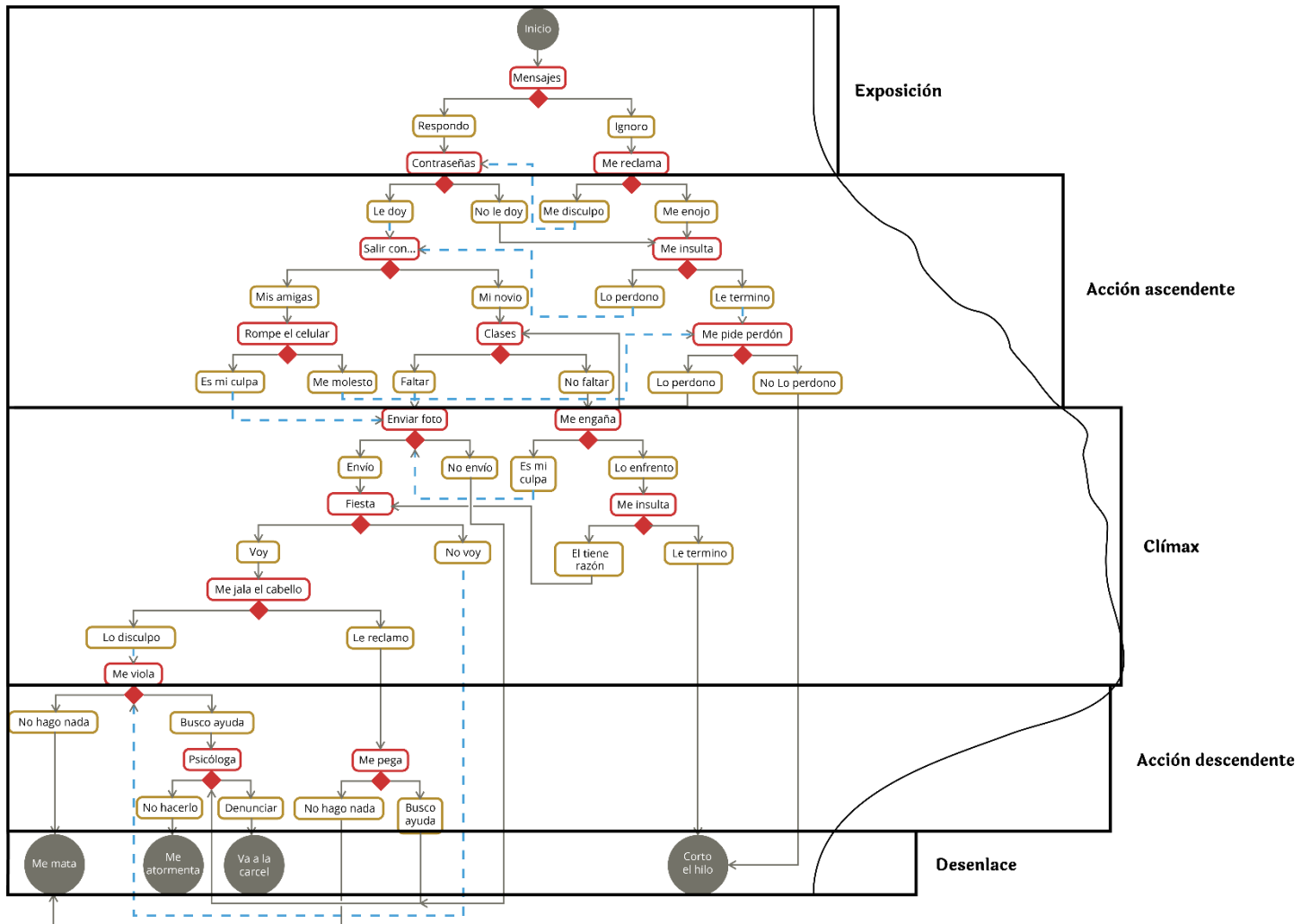


Figura 27. Arco narrativo. Adaptado de "Game Design Workshop" de Fullerton, 2008.

13.3.3 Personajes

Otro elemento dramático, son los personajes, a través de los cuales se cuenta la historia. De igual forma, hace que los usuarios empaticen con ellos y que puedan vivir indirectamente la narrativa por medio de sus acciones (Fullerton, 2015).

Se ha visto necesario contar con dos personajes principales en la historia, uno de ellos es la víctima y el otro es su pareja, quién en realidad es el agresor. A través de ellos se ejemplificará como se presenta la violencia en una relación de pareja juvenil.

De tal forma que, el usuario tomará las decisiones por la víctima, pues se busca que empaticen con este perfil o que se puedan ver reflejados en este personaje. Con el propósito de que reflexionen como las decisiones que toman en una relación violenta pueden salvarles la vida o ponerlos en peligro.

Por otra parte, para el desarrollo de personajes hay que tomar en cuenta los arquetipos, los cuales personifican las cualidades humanas y simbolizan los tipos de personajes que suelen presentarse en las narrativas (Vogler, 2002, p.62). Asimismo, se vio necesario realizar fichas de personajes, los cuales responde preguntas sobre la actitud, gustos, estilo de vida, metas, pasado de los personajes, etc. esto hace que los personajes no sean planos y puedan ser memorables (Dahlström, 2019, p.82).

Protagonista: Por consiguiente, para el desarrollo del personaje de la víctima se ha tomado en cuenta las características que Muñoz (2006, p.31, 36) expone que tienen las víctimas de violencia. Generalmente se sienten como personas que no son queridas, por eso cuando consiguen pareja se aferran a estas personas. Tienen baja autoestima, creen tienen la culpa de todo y que pueden salvar al agresor (Muñoz, 2006, p.31, 36).

De tal forma que, para la víctima se eligió el arquetipo "héroe", puesto que este arquetipo personifica cualidades con las que los usuarios pueden verse identificados. Una de las características que forman parte de este arquetipo es el deseo de sentirse amado y comprendido. Además " Los héroes salvan obstáculos y logran objetivos, pero asimismo amplían sus conocimientos y ganan sabiduría " (Vogler, 2002, p.67). Visto que, la protagonista en la historia debe lidiar con el agresor y encontrar la manera de salvarse.

En cuanto la ficha de personaje, a continuación, se presenta un resumen. Sin embargo, se detalla con más profundidad en el (Anexo 20).

	Nombre: Nickname ingresado por el usuario/ Ana.	Ocupación: Estudiante universitaria.	
	Edad: 20.	Residencia: Vive con su madre y hermano en un apartamento arrendado.	
	Sexo: Femenino.	Ingresos: \$30 USD semanales.	
	Nacionalidad: Ecuatoriana/ quiteña.		
Como era de niña:	Era muy tímida y de pocos amigos. Sus padres eran muy ocupados.	Lugares que visita:	-Va a discotecas. -Va a casas de sus amigas y de su novio. -Va al estadio a ver jugar a su novio. -Va a comer comida rápida y al cine.
Actitudes:	-Se echa la culpa de todo lo que pasa a su alrededor. - Siempre es ella quien se esfuerza por mantener la relación.	La mejor cualidad del personaje	Piensa que todos pueden cambiar.
Hábitos	-Siempre decirle a su pareja donde está -Escuchar música mientras va a la universidad en el bus.	El mayor defecto del personaje	Tiene baja autoestima.
Hobbies:	Reunirse en la casa de sus amigas a conversar y a tomar micheladas, ver series en Netflix, bailar música tropical.		

Figura 28. Adaptado de " Storytelling en diseño", 2019.

Antagonista: El antagonista es el agresor en la historia. Para poder desarrollar este personaje se ha tomado en cuenta el perfil psicológico que según Muñoz (2006, p.107, 122) tienen los agresores.

Por lo tanto, se ha destinado que el arquetipo de este personaje es la figura cambiante, debido a que usa dos diferentes actitudes con los héroes y los demás personajes. Es así como:

Estos personajes cambian su aspecto, humor, talante o estado de ánimo, de manera tal que el héroe y el público encuentra dificultades para interpretarlos. Así, pueden confundir al héroe y tenerlo en ascuas, siendo así que su lealtad o su sinceridad a menudo se pone en duda (Vogler, 2002, p.95).

Puesto que, el agresor se muestra como alguien amigable y amable con sus amistades y familiares de la víctima. Incluso al principio de la relación es muy atento y amoroso con su pareja. Una vez que consigue su confianza, puede comportarse como realmente es, agresivo y egoísta. Sin embargo, cuando siente que está perdiendo a la víctima o quiere conseguir algo en específico,

muestra su mejor cara, y la chantajea a través de regalos y cariño. Por otro lado, este personaje se caracteriza por ser narcisista, cree que sus deseos están por encima de los demás (Muñoz, 2006, p.107, 122).

A continuación, se presenta un resumen de su ficha de personaje. Sin embargo, se detalla con más profundidad en el (Anexo 19).

	Nombre: No tiene.	Ocupación: Estudiante universitario.
	Edad: 20.	Residencia: Vive con su madre en un apartamento arrendado.
	Sexo: Masculino.	Ingresos: \$30 USD semanales.
	Nacionalidad: Ecuatoriano/ quiteño.	
Como era de niño:	Fue víctima de violencia física en su familia. Su papá se fue cuando él tenía 12 años.	Lugares que visita:
Actitudes:	- Tiene una buena imagen de sí mismo. Es narcisista. - Con su pareja es celoso, egoísta, manipulador y posesivo. - Siempre apoya a sus amigos.	-Va a bares. -Va a discotecas. -Va a novatadas . -Va a comer comida rápida y al cine. -Va al estadio.
Hábitos	-Fuma Lark 3 veces al día. -Toma Pilsener el viernes por la noche con sus amigos. Pero es muy raro que se emborrache.	La mejor cualidad del personaje
		Tiene facilidad de hacer amigos.
		El mayor defecto del personaje
		Es agresivo con su pareja.
Hobbies:	Alquila una cancha de fútbol con sus amigos los sábados, toman cervezas después del partido de fútbol, le gusta leer en sus horas huecas.	

Figura 29. Adaptado de " Storytelling en diseño", 2019.

Personajes secundarios: En los personajes secundarios se encuentran las amistades de la víctima y la psicóloga, quienes se encuentran en el arquetipo de mentor, sobre todo la psicóloga. Este arquetipo cumple el rol de guiar al héroe "Una función del arquetipo del mentor consiste en sembrar cierta información o plantar un apoyo que posteriormente se revelará de gran importancia" (Vogler, 2002, p.76).

Por último, cabe mencionar que el personaje principal no tiene nombre, para que, los usuarios puedan ponerle su nombre, de tal forma que cuando este sea nombrado en la historia sientan una experiencia mucha más real. En el caso de que no deseen ponerle algún nombre, la protagonista se llamará Ana.

13.4 Elementos formales:

Los elementos formales son parte de la estructura de un juego, sin ellos no puede existir juego (Fullerton, 2015, p.49).

Por lo tanto, se ha tomado en cuenta los elementos formales que son más significativos para la historia interactiva y que permitirán una mejor experiencia del usuario.

13.4.1 Objetivo

Los objetivos o las metas hacen que los jugadores se esfuercen por conseguir algo, deben ser desafiantes pero alcanzables a la vez. Asimismo, mejoran la experiencia de usuario (Fullerton, 2015, p.60).

Existen varias modalidades para establecer los objetivos. Una de ellas es donde el juego asigna uno o varios objetivos al jugador, otra donde el usuario elige que objetivos son los que desea cumplir y el en último caso es el jugador quien se traza sus propios objetivos a medida que avanza el juego (Fullerton, 2015, p.60).

De ello resulta necesario decir, que se decidió señalar objetivos con el fin de que la interacción con la historia sea más interesante y llamativa. De hecho, de este modo también se refuerza la reflexión y atención de los usuarios en el producto.

Como resultado, se han planteado 3 objetivos, a continuación, se detalla cada uno de ellos.

a) Objetivo A: Decide el futuro de tu personaje: Este objetivo otorga libre albedrío al usuario, pues son ellos los que decidirán que quieren que suceda en la historia. Sus elecciones pueden ser en base a lo que ellos harían en la vida real, por curiosidad, por experiencia propia etc.

b) Objetivo B: Llegar al final de la historia con el nivel de violencia más bajo: El presente objetivo establece que las decisiones que seleccione el usuario en la historia, deben ser elegidas de tal forma que hagan que el personaje llegue al final de la historia libre de violencia.

Esta propuesta contara con un recurso, el cual se detallará más adelante, que lo ayudara a cumplir su objetivo

c) Objetivo C: Llegar al final de la historia con el nivel de violencia más alto: Por último, en este objetivo, los usuarios deberán tomar decisiones que hagan que el personaje llegue al final de la historia con el nivel de violencia más alto. Esta opción también contará con un recurso que ayudará al usuario a cumplir con su objetivo.

Cabe destacar que, para decidir cuál objetivo es el más viable para el producto, estas opciones serán testeadas en la comprobación con el usuario. Con el propósito de analizar cual objetivo genera una mejor experiencia de usuario, y sobre todo cuál de ellos permite que los usuarios comprendan mejor la información.

13.4.2 Recursos

Los recursos ayudan al jugador a cumplir con su objetivo. Estos deben tener un valor útil en el juego y deben tener coherencia con la trama de la historia (Fullerton, 2015, p.72).

El autor Fullerton (2015) señala en su libro Game Design Workshop algunos de los recursos que se aplican en los juegos. Sin embargo, menciona que no necesariamente hay que utilizarlos como están establecidos. Sino, que lo más aconsejable es basarse en sus funciones básicas para aplicarlas en nuevas y creativas formas (p.72).

Es por ello que se ha tomado en cuenta el recurso denominado como “salud” o como otros autores lo nombran “medidor”, el cual se ha adaptado a las necesidades del proyecto.

13.4.2.1 Salud o medidor

Según Fullerton (2015) el recurso de salud o medidor puede estar ligado a la vida del personaje o puede funcionar de forma independiente. En cualquier modo, este elemento ayuda a dramatizar la pérdida o ganancia de algo. Asimismo, usar este recurso significa que hay algún modo de recuperar lo que se ha perdido (p.73).

A partir de esto se ha decidido usar como uno de los recursos de la historia al violentómetro, del cual ya se hablado en el marco teórico. Sin embargo, cabe mencionar que esta herramienta está dividida en 3 escalas, las cuales señalan la manifestación y nivel de violencia que está viviendo el personaje, siendo el 1 el nivel más bajo y el 3 el más alto.

El violentómetro subirá o bajará dependiendo de las decisiones que tome el usuario. Es así que cuando tome decisiones que mantengan al personaje junto al agresor este subirá y lo expondrá cada vez más a manifestaciones violentas graves. Por otra parte, cuando el usuario tome decisiones que lo aleje del agresor el nivel del violentómetro bajará.

De esta forma, el violentómetro funciona como un recurso que ayudará a los usuarios a cumplir con los objetivos B y C. Pues, a través de él, podrán verificar si están tomando las decisiones correctas para hacer que el nivel de violencia suba o baje. De modo que, para cumplir con el objetivo B los usuarios deberán llegar al final de la historia con el violentómetro vacío. Mientras que para el cumplir el objetivo C, los usuarios deberán llegar con el violentómetro lleno.

Respecto al objetivo A, la única función que tiene el violentómetro es el de informar a los usuarios en el nivel de violencia que se encuentran.

A continuación, se presenta los bocetos del violentómetro que será desarrollado en la sección "Diseño a detalle". Se probó hacer el violentómetro con la forma del hilo el cual se dividía en 3 nudos para separar los niveles, también se consideró en formato de regla, pero la que mejor se adaptaba a la navegación de la página y ejemplificaba de mejor manera las señales de violencia fue el termómetro.

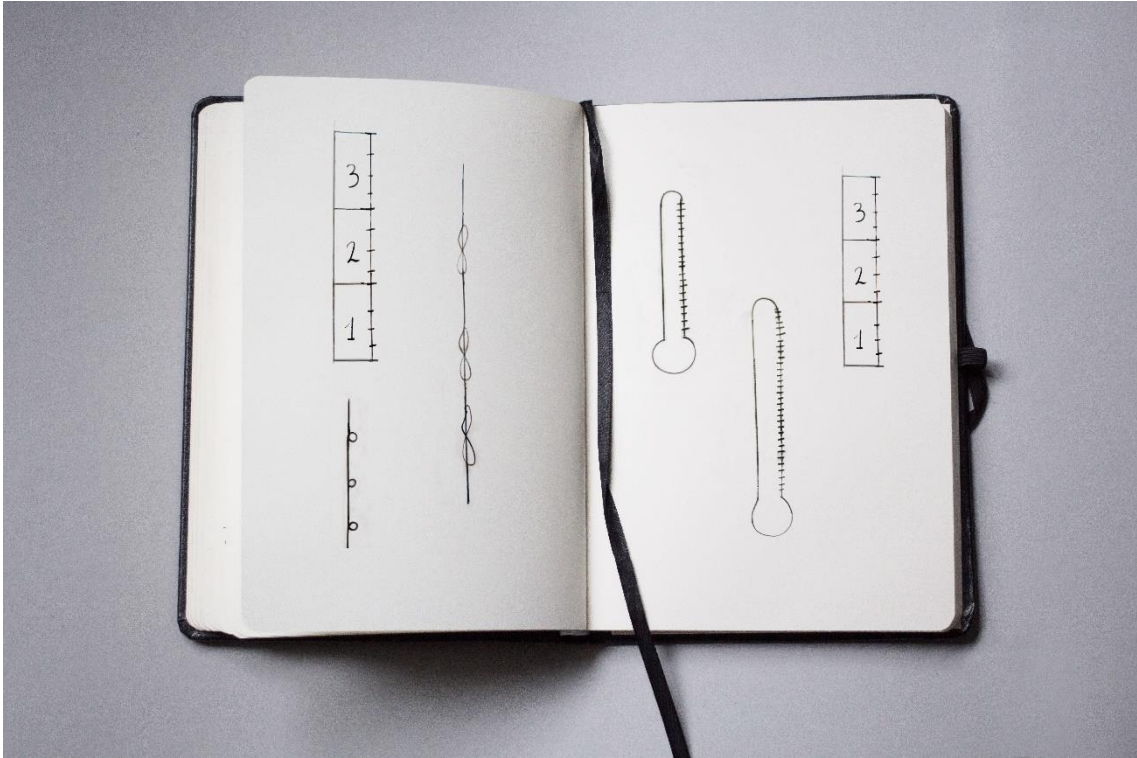


Figura 30. Bocetos violentómetro.

13.4.2.2 Ventana de información

Recapitulando lo que el autor Fullerton (2015, p.72) mencionó, hay como ser creativos a la hora de elegir o crear los recursos que forman parte del videojuego.

Por lo tanto, se ha visto necesario crear un recurso que informe a los usuarios sobre los tipos de violencia que van apareciendo en el transcurso de la historia. Visto que, es necesario que conozcan que las manifestaciones violentas están tipificadas y constan como delitos que pueden ser denunciados.

El recurso se presentará en forma de una ventana emergente, en el cual solo se pondrá información puntual y corta, pues como se evidenció en la investigación, la información que se entregue a los usuarios no debe ser compleja, técnica y extensa.

Estas ventanas emergentes se activarán automáticamente y surgirán de un ícono que siempre estará presente en la pantalla. Se decidió que su aparición sea automática con la intención de que su activación no dependa del usuario. Pues, siempre existe la posibilidad de que los usuarios omitan ciertas acciones.

A continuación, se presentarán bocetos de la ventana emergente, para posteriormente presentar el diseño finalizado en la sección “Diseño a detalle” (Figura 30).

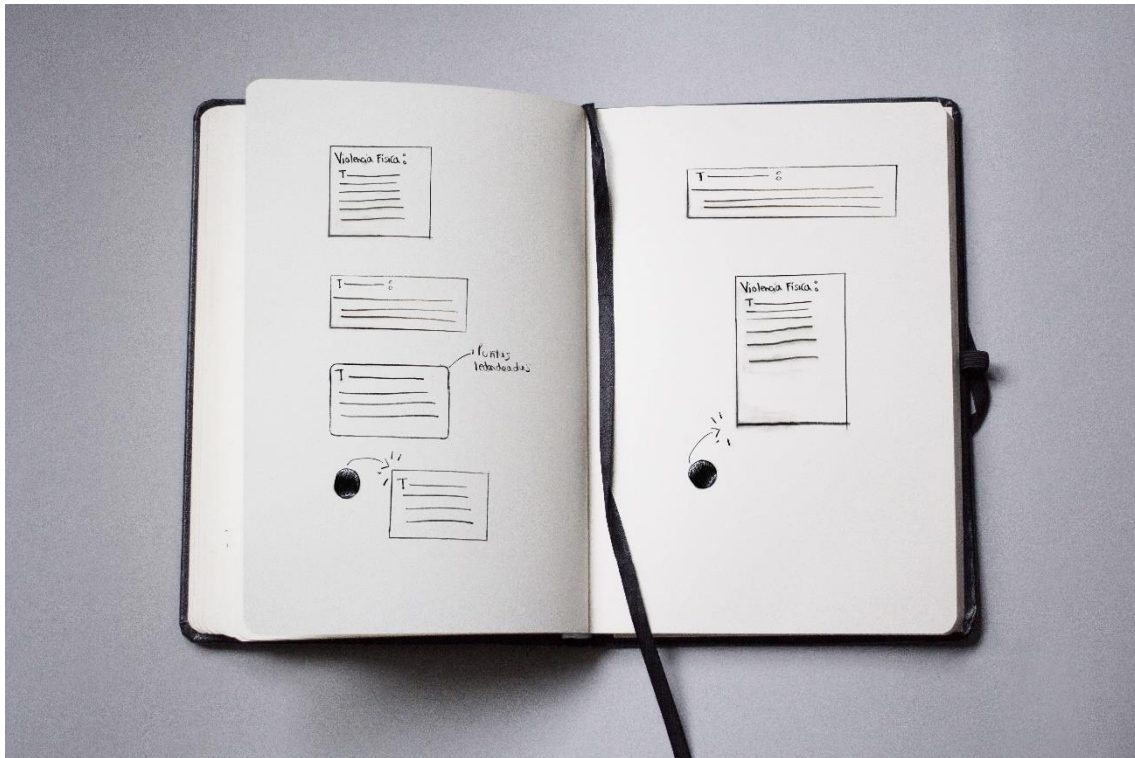
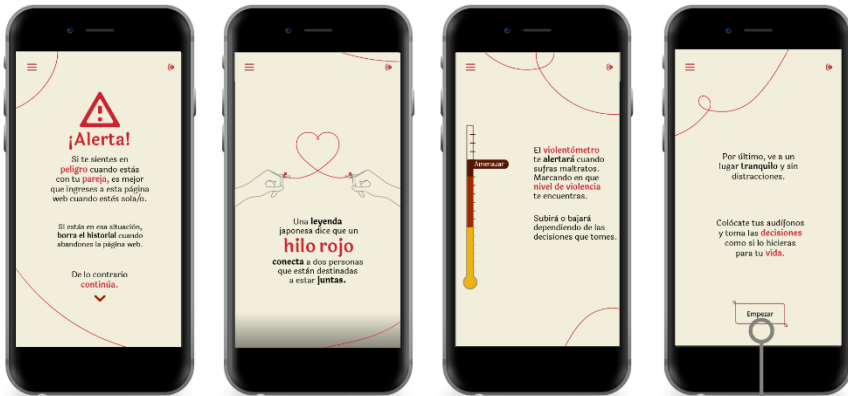


Figura 31. Bocetos ventana emergente.

13.5 Mapa del sitio

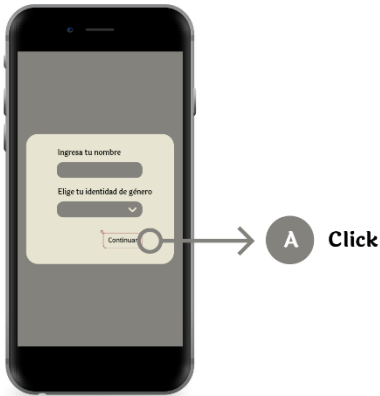
Steane (2016, p.42) señala que el desarrollo de los mapas de sitio de las páginas webs son muy importantes, puesto que permiten una visión de alto nivel de la estructura del producto digital. Por lo tanto, se lo ha desarrollado de manera gráfica que, además permite presentar al producto y su modo de uso. Mientras que, en la sección Diseño a detalle, se describirá con más profundidad cada uno de sus componentes. A continuación, se presenta un resumen de alguna de sus pantallas.

1 Inicio



A Click

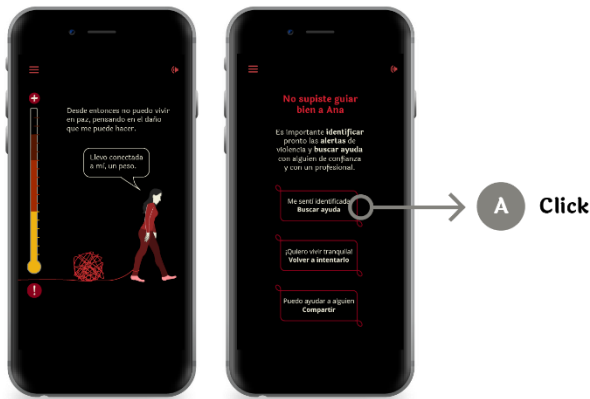
2 Ingresar datos



3 Historia



4 Final de la historia



5 Buscar ayuda



- 1 Se presenta una explicación del hilo rojo relacionado con la violencia, para posteriormente dar instrucciones del uso de la historia interactiva.
 - 2 Los usuarios ingresan su nombre y eligen su identidad de género.
 - 3 Mientras los usuarios interactúan con la historia se va activando el violentómetro y la ventana emergente. Asimismo, deben tomar decisiones para poder avanzar.
 - 4 Las decisiones de los usuarios los lleva a uno de los 4 finales. Seguido de eso, se les presenta 3 opciones para reintentar, buscar ayuda o compartir.
 - 5 Se brinda información sobre los lugares donde los usuarios pueden acudir por ayuda.
- A Son los botones que permiten cambiar de pantalla.

Figura 32. Mapa de sitio.

14. Diseño a detalle

14.1 Cromática:

La elección de la cromática del producto es fundamental, pues “Los colores tienen la capacidad de afectarnos o influenciarnos, e incluso de llevarnos a diferentes sensaciones.” (Moore, 2010, p.8). Es así, como a través de los colores se expresará el concepto de diseño y las diferentes emociones que se van presentando en la historia.

Por lo tanto, para comunicar el concepto del proyecto se eligió colores que permiten destacar al rojo, dado que este es el color del hilo de la leyenda (Figura 32). Asimismo, se seleccionó colores poco saturados para las situaciones más tranquilas y menos abrumadoras de la historia. Puesto que, según Moore (2010) estos colores son percibidos como blandos y además contrastan con los tonos rojizos.

Por el contrario, para las situaciones tensas y de gran impacto de la historia se usará tonos fuertes y saturados, mayoritariamente el negro. Debido a que según Moore (2010, p.46) estos colores llaman la atención y destacan sobre otros colores.

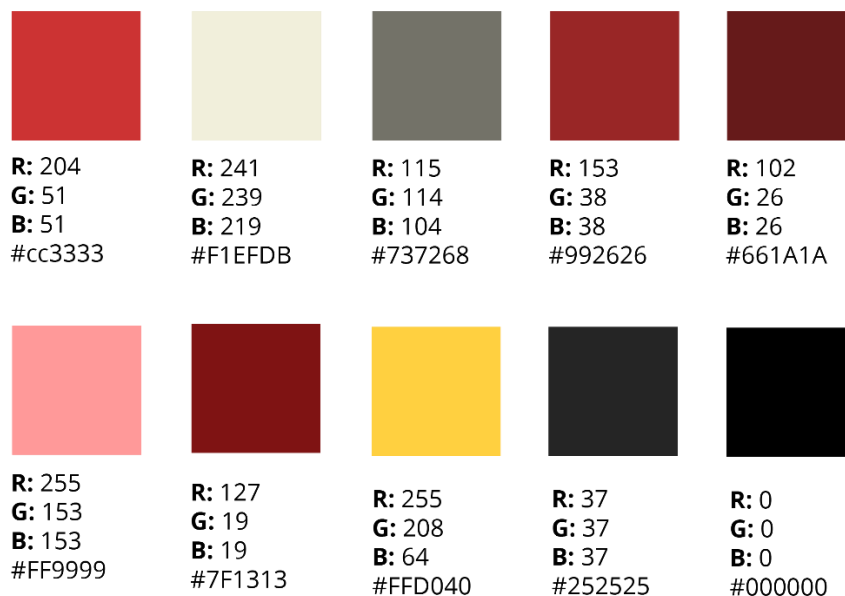


Figura 33. Paleta de colores.

De igual forma, Eva Heller (2004) expone en su libro Psicología del color, que el rojo combinado con rosado expresa amor. Mientras que, combinado con negro y amarillo expresa odio.

Por ende, se atribuirá estos colores a los personajes de la historia, ya que cada uno de ellos tiene una percepción distinta sobre el amor. Por consiguiente, en la víctima de violencia se aplicará los colores que representan el amor y en el agresor los colores que representa odio.

Sin embargo, Eva Heller (2004) menciona que para lograr denotar cada uno de estos sentimientos, es necesario que los colores ocupen un cierto porcentaje sobre los otros. Es así que expone que, para representar amor se usa el rojo en una proporción del 75% y el rosa en un 7%. En cambio, para representar odio se usa el rojo en 38%, negro en 35% y amarillo en 15%.

A continuación, se presenta un ejemplo de en qué cantidad y porcentaje se deben usar los colores descritos anteriormente.

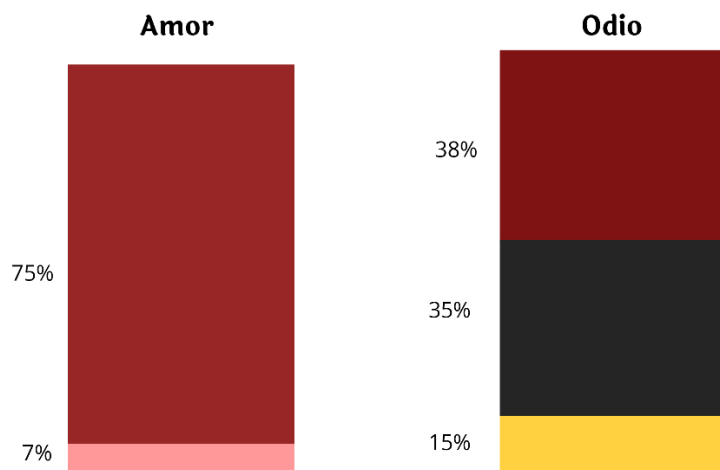


Figura 34. Porcentaje de los colores.

Por otra parte, Steane (2016, p.74) menciona que los colores también contribuyen a organizar la información del producto y permite dotar de características diferenciales a los elementos gráficos de la interfaz. Por lo tanto, para los botones de la página web se ha elegido un tono vino tinto que los diferencia del resto de elementos que no son interactivos en la interfaz.



R: 136
G: 0
B: 27
#88001B

Figura 35. Color para íconos y botones.

14.2 Tipografía

Aharonov (2011) indica que la forma de la tipografía llega a expresar emociones y sentimientos "La tipografía, al igual que el tono de voz con que se habla, posee un significado oculto en su forma de expresarse" (p.57). Por ende, la elección de la tipografía del proyecto ayudará a comunicar los mensajes que se quieren transmitir al público.

Por otra parte, también se debe considerar las características que deben tener las tipografías para medios digitales. De tal forma que, Steane (2016, p.95) menciona que la tipografía de categoría sans serif es efectiva para pantallas, visto que el tamaño de su caja "x" y su trazo uniforme le permite ser visible hasta en pantallas de tamaño reducido.

Tomando en cuenta estas características, se eligió como tipografía principal a la fuente Laila. Pues, esta tipografía tiene una altura "x" alta, la cual la convierte en una tipografía legible en pantalla. Además, gracias a sus terminaciones redondeadas y puntiagudas se llega a asociarla con la fluidez y movimiento de un hilo. Reforzando así el concepto de diseño.



Figura 36. Tipografía Laila.

Hay que resaltar, que Aharonov (2011, p.57) menciona que la tipografía se puede usar para expresar sensaciones, por lo tanto, se ha usado los distintos pesos de la tipografía Laila para asignar emociones a los diálogos de los personajes. De modo que, cuando el agresor este gritando, los textos se presentan con negrita y en mayúsculas.

Por otro lado, también se usa esta tipografía para títulos, frases y párrafos pequeños. Utilizando negrita en las palabras que se quiere hacer énfasis.

También, se seleccionó la tipografía Open Sans para párrafos largos y para los textos de los botones. Puesto que, que es una tipografía para pantalla y que por ser humanista sus características se integran correctamente con la tipografía principal.



Figura 37. Tipografía Open Sans.

14.3 Marca

La marca gráfica identifica e individualiza a una entidad. De igual forma, a través de su imagen expresa los atributos, rasgos y valores de su propietario (Chaves & Bellucia, 2003). Así pues, es necesario contar con una marca que represente e identifique a la página web.

Antes que nada, cabe señalar que se nombró a la página web como "Corta el Hilo", el cual hace referencia al concepto de diseño y, al mismo tiempo llama a la acción a los usuarios de cortar el hilo.

De ello resulta necesario decir, que se determinó que la marca debe ser amigable y transmitir confianza, pues la Diseñadora Gráfica y Psicóloga Clínica Estefanía Mendoza, indica que los jóvenes entran en negación cuando escuchan o ven algo de violencia, pues "Piensan que van a encontrar lo peor,

pero no saben que la violencia también es las cosas chiquitas" (comunicación personal, 31 de marzo de 2020).

De tal forma que, se hizo uso de la tipografía Laila, visto que por sus terminaciones se la relaciona con el movimiento y fluidez de un hilo. Y, en cuanto a su peso, se seleccionó light, porque de este modo las letras lucen más delgadas y con un mayor tracking, lo cual busca representar la separación y libertad que se da al cortar el hilo.

Por otra parte, el tratamiento tipográfico que se realizó en la barra de la letra H simula un hilo que posteriormente es cortado. De modo que, de la porción cortada se formó un corazón, debido a que se quiere comunicar que cuando se corta el hilo se encuentra paz y amor. Además, también era un requerimiento realizar un símbolo gráfico para poder usarlo como favicon de la página web.

Respecto a su construcción, se utilizó la retícula que Material Design recomienda para el desarrollo de íconos y de marca, con el fin de mantener las proporciones visuales en todo el producto. La retícula está conformada por una cuadrícula de 4dp y por formas circulares, cuadradas, rectangulares y diagonales.

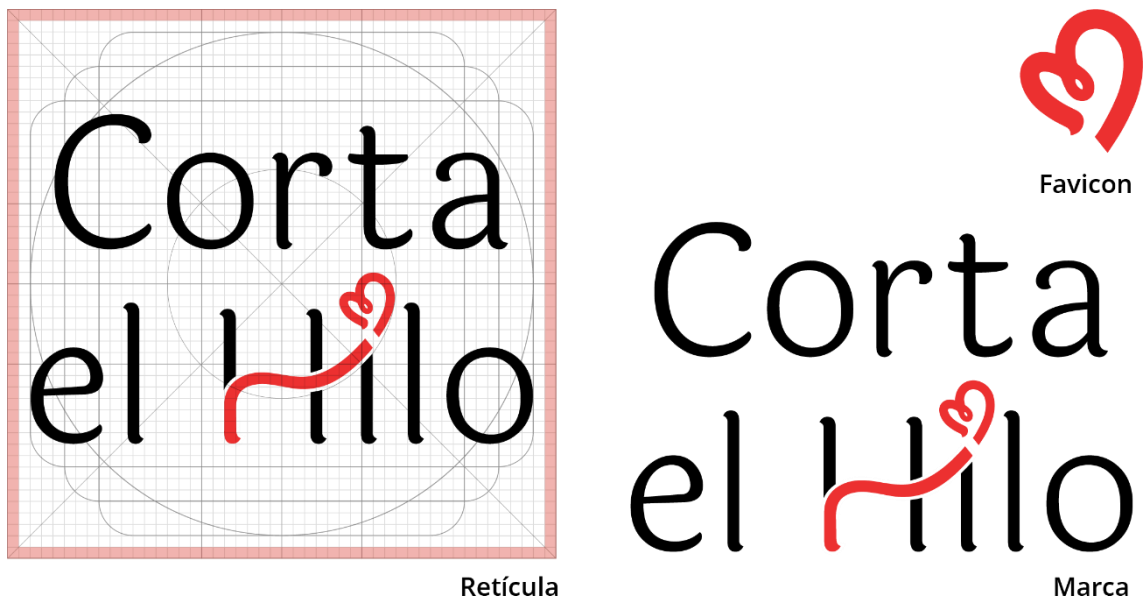


Figura 38. Marca.

14. 4 íconos

Material Design indica que los íconos del sistema deben ser simples, amigables y modernos. Asimismo, deben ser reducidos a sus formas más esenciales y características (2020).

Por otra parte, es importante tomar en cuenta los elementos estandarizados, tales como íconos y botones, puesto que Nielsen (2020) menciona que el uso de convenciones familiares de los usuarios posibilita una mejor usabilidad del producto. De manera que, se ha tomado en cuenta los íconos de menú de hamburguesa y audio que ya están estandarizados y grabados en el imaginario de las personas. Por lo tanto, se utilizó los que Material Design disponen al público para su uso gratuito.



Figura 39. Íconos de Material Design.

Por otro lado, se necesitó crear dos íconos con funciones específicas en la historia. Por consiguiente, se los construyó desde cero, con el fin de diseñarlos con las características de la línea gráfica del producto.

En cuanto a su construcción se usó la misma retícula que en la marca, visto que Material Design dice que de esta forma se mantiene las proporciones visuales.

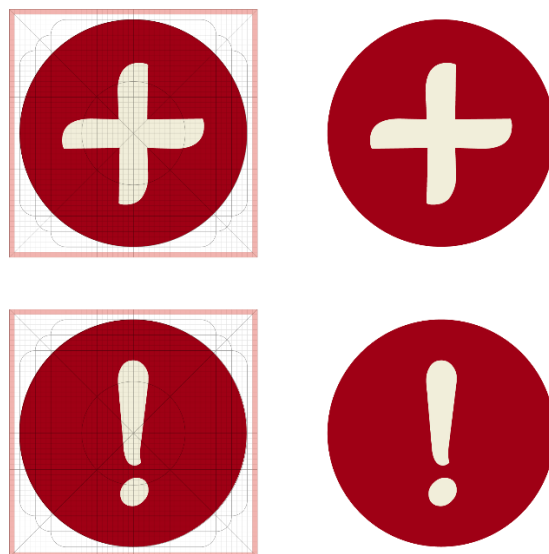


Figura 40. Íconos de la historia.

14. 5 Botones

Material Design (2020) indica que los botones sirven para realizar acciones a través de un toque. Existen varios tipos de botones, de forma que, para la página web se ha elegido el “outlined”, dado que ayuda a reforzar el concepto de diseño. Además, Material Design expone que los botones se pueden tematizar según la línea gráfica del producto, por lo tanto, se agregó dos formas circulares en las esquinas del botón, para simular el aspecto de hilo.

Cabe destacar que, Material Design (2020) menciona que los botones deben tener diferentes estados dependiendo de la acción que esté realizando. Aunque este tipo de interacciones no se vean reflejadas en el prototipo es necesario determinar cómo deberían presentarse. De tal forma que, se han establecido dos estados, el primero en el que botón está en su estado normal y el segundo cuando es presionado.



Figura 41. Botones de la historia.

14. 6 Globo

El globo es un espacio o una forma que contiene los diálogos y pensamientos de los personajes. Cabe mencionar que, existen varios tipos de globo, entre ellos se encuentra el circular o cuadrado, el cual se usa para conversaciones en la que los personajes se encuentren en un estado normal (Casas, 2015, p.25). Este tipo de globo se usa para la mayoría de los diálogos de los personajes, sobre todo para la víctima.

Por otra parte, el globo tipo “dientes de serrucho”, se usa para expresar gritos, estadillos e irritación del personaje (Casas, 2015, p.25). En la historia este tipo de globo se usa generalmente para el agresor, quien constantemente está gritando a su pareja.

Respecto a los pensamientos de los personajes, se usa el globo tipo nube.

Con el objetivo de que exista una consistencia visual entre los globos, se los realizó en una retícula de 4px.



Figura 42. Tipos de globos

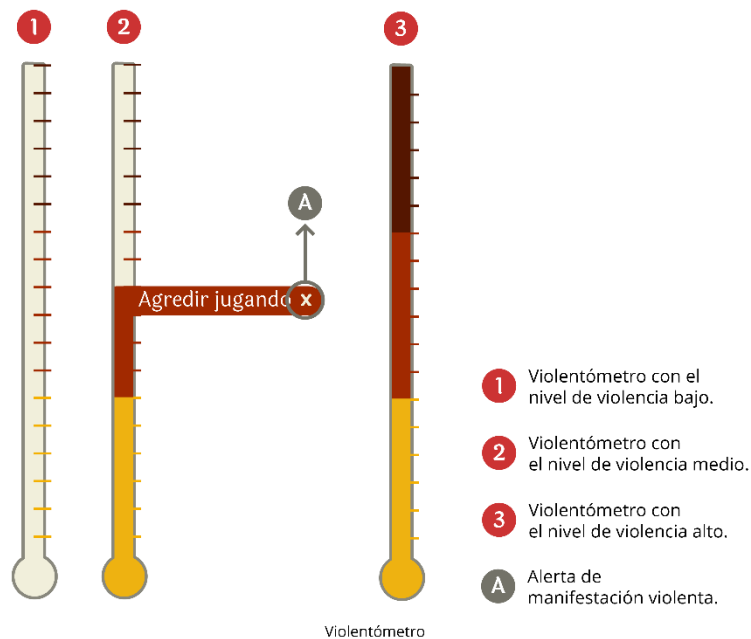
14. 7 Recursos

14.7.1 Violentómetro

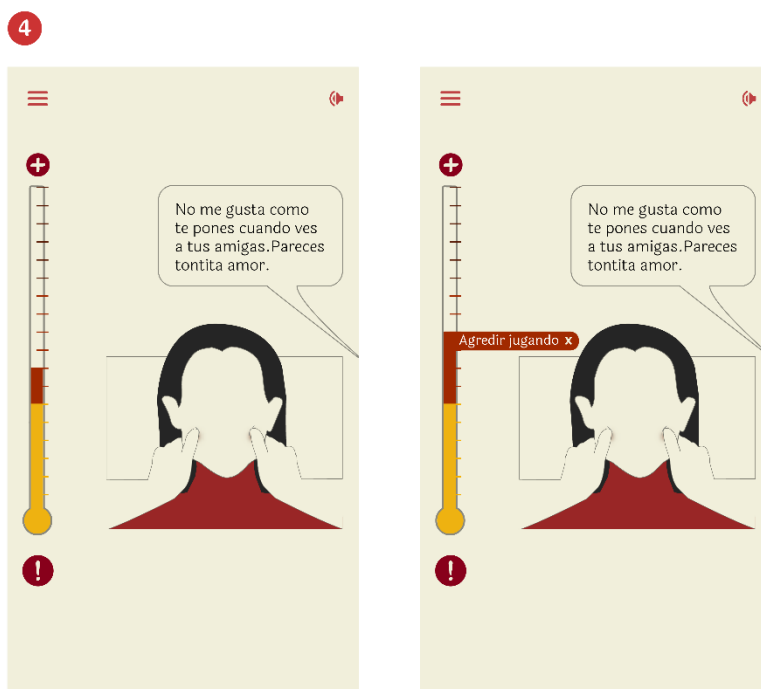
Al violentómetro se lo representará en forma de regla, reloj, tabla, termómetro, etc. Sin embargo, para el proyecto se ha elegido el termómetro, pues se ajusta correctamente a la navegación de la página web y permite visualizar de mejor forma como la violencia aumenta en el transcurso de la historia.

Por otra parte, como se mencionó anteriormente, el violentómetro está dividido en 3 niveles, a los cuales se les aplicó tres distintos colores para que los usuarios puedan identificarlo rápidamente.

El color amarillo expresa advertencia (Moore, 2010). Por lo tanto, se lo ha aplicado al primer nivel, el cuál es el nivel más bajo de violencia. En el segundo nivel, se usó un tono rojizo el cual busca que la víctima reaccione. Y, por último, en el tercer nivel se utilizó un tono rojizo mucho más oscuro para representar que es el nivel más peligroso de los tres.



Violentómetro



4 Después de 7,20 segundos, que es el tiempo que toma leer esta escena, se llena el violentómetro y aparece la alerta de la manifestación de violencia.

Pantallas de la página web

Figura 43. Violentómetro.

Cabe mencionar que, aunque no se vea reflejado en el prototipo, la alerta de violencia podría cerrarse una vez que ha aparecido, si es que los usuarios dieran click en la "x". Por otra parte, el violentómetro debería permanecer fijo en la pantalla, y este debería funcionar para todas las escenas, de manera que vaya llenándose o vaciándose, dependiendo de las decisiones del usuario. No obstante, por las limitantes del programa donde se realizó el

prototipo, en la mayoría de los casos se tuvo que agregar un violentómetro por escena, simulando las acciones que deberían ir sucediendo en un solo violentómetro fijo en la pantalla.

14.7.2 Ventana emergente

Para la ventana emergente se usó un rectángulo que va ubicado en la parte inferior de la pantalla, con la intención de que una vez que los usuarios ya hayan visto la escena de violencia, se retroalimenten con información que explica que tipo de violencia es la que acabaron de ver en la escena. Asimismo, usa el mismo color que los demás botones interactivos de la historia.

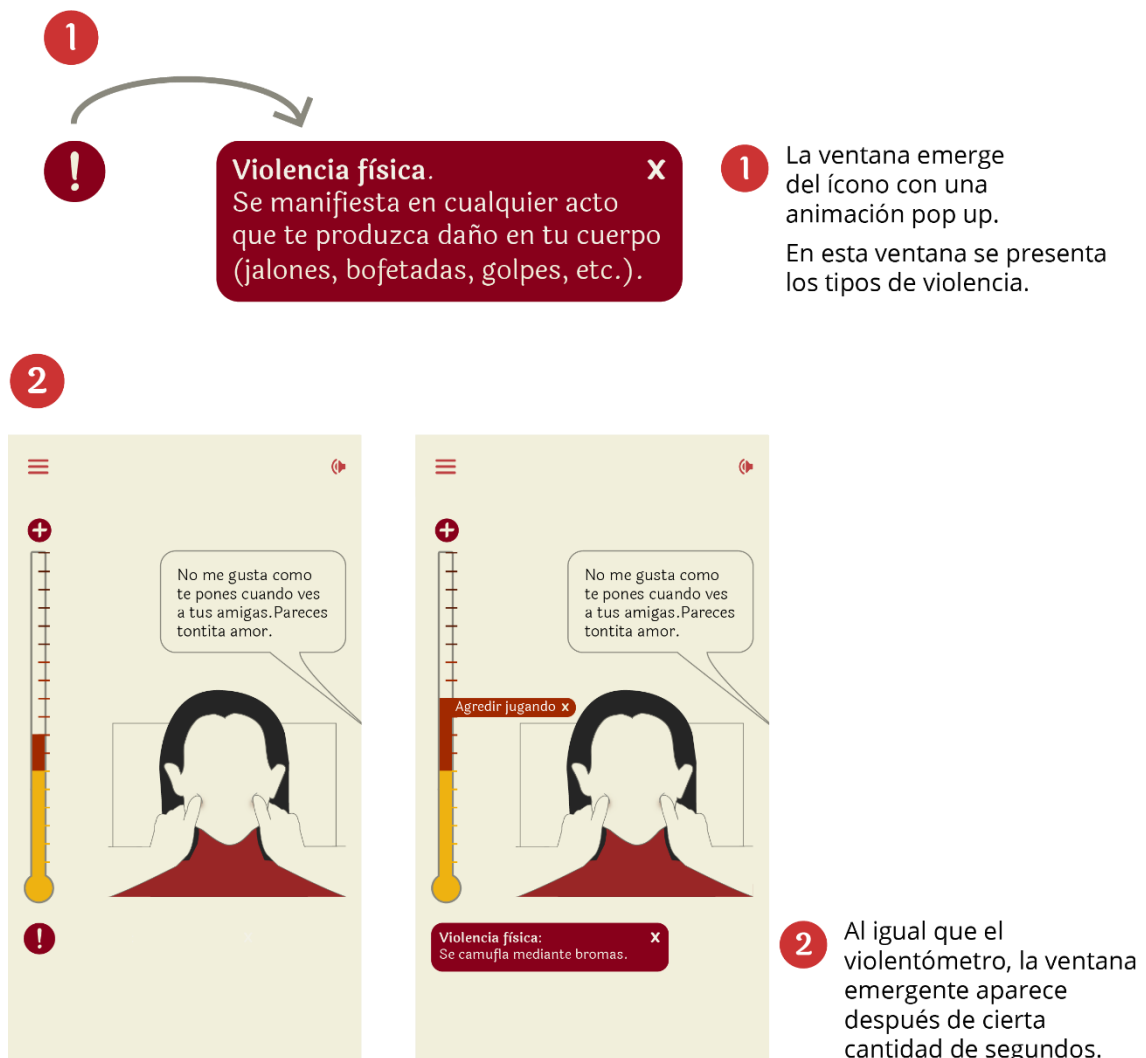


Figura 44. Ventana emergente.

14.8 Retícula

La retícula se definió bajo los parámetros que dispone Material Design (2020) para que las páginas webs y aplicaciones sean responsive.

Por lo tanto, la retícula está conformada por 4 columnas de 70dp, 2 márgenes laterales de 16dp y 3 medianiles de 16dp. Asimismo, cuenta con una cuadrícula de 4dp en la cual se alinean los íconos y tipografía. Mientras que, en la cuadrícula de 8dp se alinean todos los componentes, tales como la barra de navegación superior, los botones y las imágenes. Esto permite que el contenido se adapte de forma correcta en distintas pantallas (Material Design, 2020).

Para su aplicación, se eligió realizar el prototipo en un celular de sistema operativo Android estándar de 360 y 640dp. En vista de que, es el dispositivo que más usa el público objetivo. Sin embargo, con su debida programación la página web también debería funcionar para ordenador y para sistema operativo iOS.

Violentómetro,
íconos



- Columnas
- Medianil
- Margen

Ilustraciones,
textos, globos, etc.

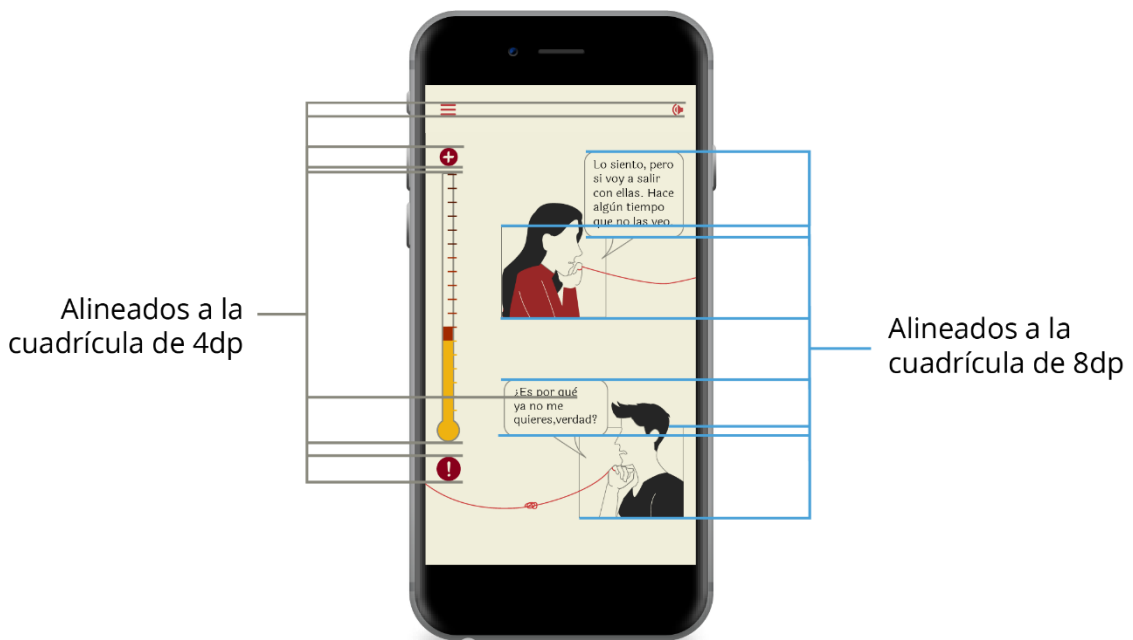


Figura 45. Retícula.

14.9 Ilustración

Según Samara (2008) “Las imágenes proporcionan un contrapunto visual al texto y ayudan atraer al público.” (p.166), es por eso, que en el proyecto se hará uso de imágenes para llamar la atención de los usuarios, ya que así se informaran del tema sin tener que acceder a información con textos largos que los puede hacer perder el interés.

Del mismo modo, la autora añade que “Optar por la ilustración en lugar de la fotografía abre enormes posibilidades a la hora de transmitir información” (Samara, 2008, p.173), por consiguiente, se eligió realizar ilustraciones para representar la historia. Pues además que permite explicar y evidenciar gráficamente como se presenta la violencia de pareja, también explota el concepto del proyecto, ya que gracias a la versatilidad que otorga la ilustración, el hilo rojo se convierte en un símbolo que puede transmutar de escena en escena para reforzar los mensajes que se quieren dar.

Por lo tanto, el hilo rojo funciona como un elemento protagónico que permite la aplicación de figuras retóricas en la imagen, gracias a lo cual se obtienen ilustraciones vigorosas (Ortega, 2014). Además, el uso de figuras retóricas, tales como la metáfora, genera una experiencia “más original, más memorable y con mayor significado para el público” (Samara, 2008, p.194). Esto es esencial para que la información que reciban los usuarios no pase desapercibida y esta quede presente en su memoria (Figura 46).

En cuanto al estilo de ilustración se optó por tomar las características del “Flat Illustration”, o como Carolina Amell (2015) lo nombra diseño minimalista. Visto que, según la Escuela Superior de Diseño de Barcelona (ESDESIGN), este tipo de ilustración es pensado para web y va directo al grano, eliminando detalles como formas, colores y texturas que crean distracciones y saturan al cerebro humano con facilidad. Por lo tanto, el “Flat Illustration” permite “condensar información” (ESDESIGN,2018). Características de suma importancia para el proyecto, pues al ser un tema delicado y fuerte, es necesario que los usuarios no se abrumen con la información y la reciban de forma clara y directa.

Sin embargo, se debe tener cuidado con el grado de abstracción que se haga de la ilustración, ya que puede caer en la infantilización (ESDESIGN,2018). Por eso, se ha tomado en cuenta las cualidades que debe tener un personaje que va dirigido a un público entre 18 años y más. Tales como, que las

proporciones deben ser más fieles a la realidad (Tillman, 2011). De modo que, para la creación de los personajes se consideró lo que expone Robin J.S. Sloan (2015) sobre la proporción en cuerpos adultos, los cuales tiene una proporción de 8 cabezas, siendo el hombre más alto que la mujer.



Figura 46. Ilustraciones de la página web.

14.10 Prototipo:

A continuación, se presenta el link del prototipo:

<https://xd.adobe.com/view/0a919baf-5807-4401-5c60-fbf29aaf1db1-7ca0/?fullscreen&hints=off>

15. Materiales y procesos productivos de la propuesta:

15.1 Construcción del prototipo:

Para la construcción del prototipo se eligió realizarlo en el software Adobe XD, ya que permite la creación del diseño y del prototipado. Además, admite el uso de otros softwares de Adobe como Illustrator, programa que también fue usado para la construcción de los elementos gráficos del producto.

Se realizaron bocetos de las ilustraciones, botones e íconos de la página web para luego pasar a ser escaneadas y vectorizadas en Adobe Illustrator y ser exportadas a Adobe XD.

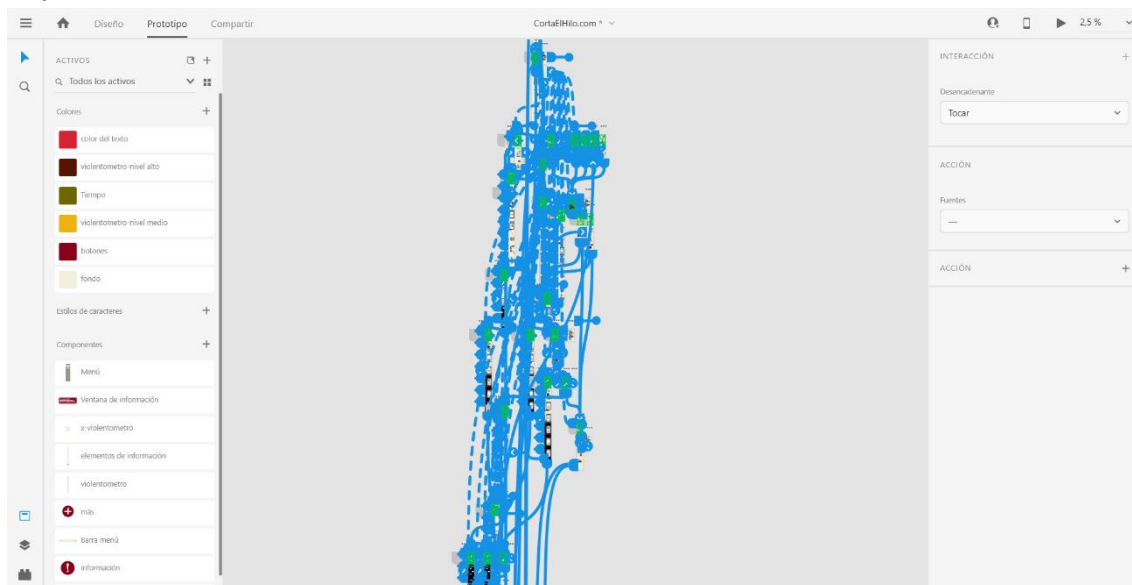


Figura 47. Prototipo en Adobe XD

15.2 Programación

El Diseño Gráfico es una profesión interdisciplinaria, por lo tanto, para la producción del producto se ha visto necesario integrar a distintas disciplinas que ayudarán a su correcta ejecución e implementación. Es así como para su producción se ha evidenciado que se necesita el servicio de un programador

que se encargue del desarrollo back end de la página y de la programación correspondiente para que la página sea adaptable a todas las pantallas. Debe señalarse, que se realizó una entrevista a un programador con el fin de conocer cómo se desarrollaría la página web a través del código y cuál es la responsabilidad del diseñador gráfico en todo este proceso. De tal forma que, se definió que el lenguaje de programación a utilizar son JavaScript, Ajax, Python con etiquetas CSS, HTML y la librería de Bootstrap. Las cuales se desarrollarán en el framework Django, ya que este es compatible con todos los lenguajes de programación anteriormente mencionados.

El profesional de diseño debe enviar al programador los archivos en un formato específico para optimizar y poder construir correctamente la página web, es así como se estableció que las animaciones deben enviarse en formato .gif y las imágenes estáticas en .png.

Por otra parte, con el propósito de que la página web sea accesible para personas con capacidades especiales, se determinó que el texto debe enviarse al programador en plano, es decir a través de procesadores de texto como block de notas donde el texto no tenga ninguna característica visual. De este modo, como los párrafos serán armados a través de código, las programas que se dedican a sonorizar los textos podrán detectarlo sin ningún inconveniente.

Respecto a cómo se debe enviar los archivos de diseño al programador, estos deben enviarse sus formatos correspondientes, ordenados en carpetas y subcarpetas que señalen a que escena pertenecen. Esto debe ir acompañado del diagrama de flujo para que el profesional pueda conocer cuáles son las conexiones entre las diferentes páginas.

Por otro lado, se ha decidido recolectar información del uso de la página web, tal como: cuales son las escenas por las que más y menos han pasado los estudiantes, cuántos usuarios se animan a repetir la historia, cuántos de ellos comparte la página web con algún amigo y cuántos se sintieron identificados con la historia. Con el propósito de analizar esta información y poder mejorar la página web constantemente.

Para poder realizar esto, el programador deberá incluir un contador a través de código en los botones, el cual permitirá conocer cuáles son a las escenas más visitadas por los usuarios.

Por último, se eligió que el host donde se alojaría todo el proyecto es en HEROKU, visto que tiene gran capacidad para almacenar páginas del Framework Django y es compatible con la programación back end con Python.

Una vez que se haya realizado este proceso, tomando en cuenta lo establecido con el programador, debería realizarse el mantenimiento de la página web cada seis meses. Por otra parte, los usuarios deberían poder acceder a la página web por medio del dominio cortaelhilo.com

15.3 Ilustración

En cuanto a la producción de las ilustraciones se solicitó el apoyo de una ilustradora. Por lo tanto, se envió a la especialista todos los archivos de las ilustraciones en vectores, los cuales incluían notas de las correcciones que se debían hacer en cada una de las ilustraciones (Figura 47). Además, en el archivo se añadió la paleta cromática, la retícula y el puntaje que deben tener los trazos para un correcto uso del material proporcionado. En total se enviaron 17 archivos con estas características.

Una vez que la ilustradora revisó los archivos, aumentó y redujo algunas de las correcciones según su criterio como especialista. No obstante, mencionó que las ilustraciones solo necesitaban ciertos cambios en la proporción de los personajes.

Las correcciones hicieron que las poses de los personajes luzcan más fluidas y naturales (Figura 48).

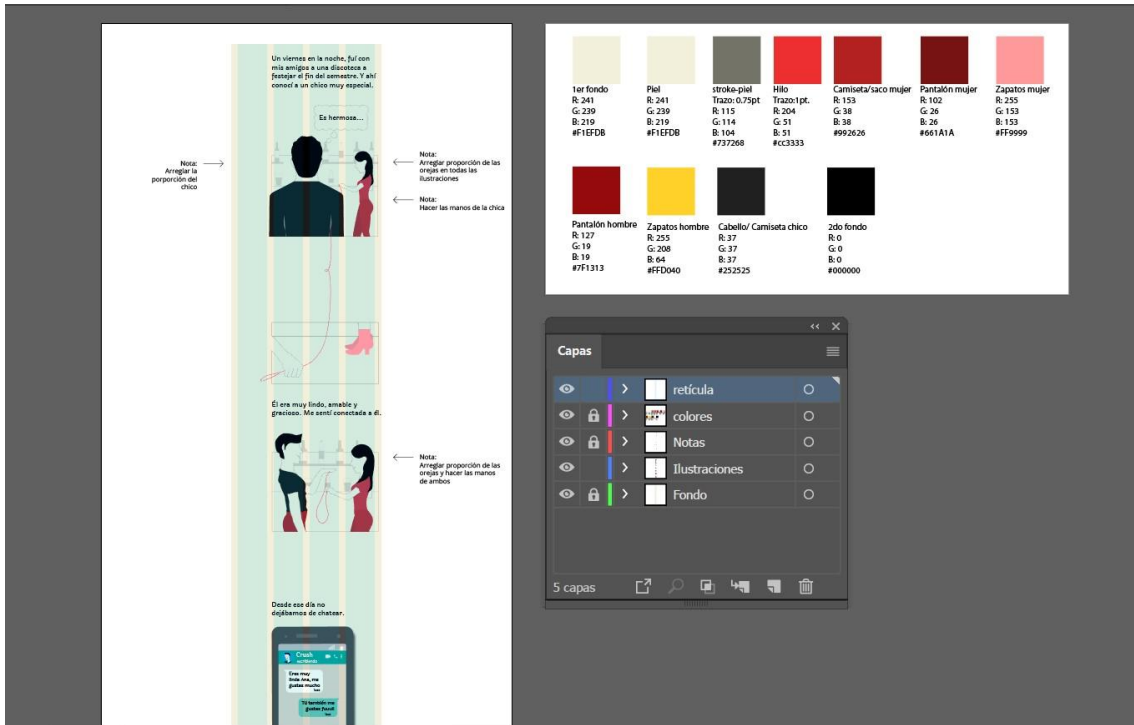


Figura 48. Captura de pantalla ilustraciones con observaciones.

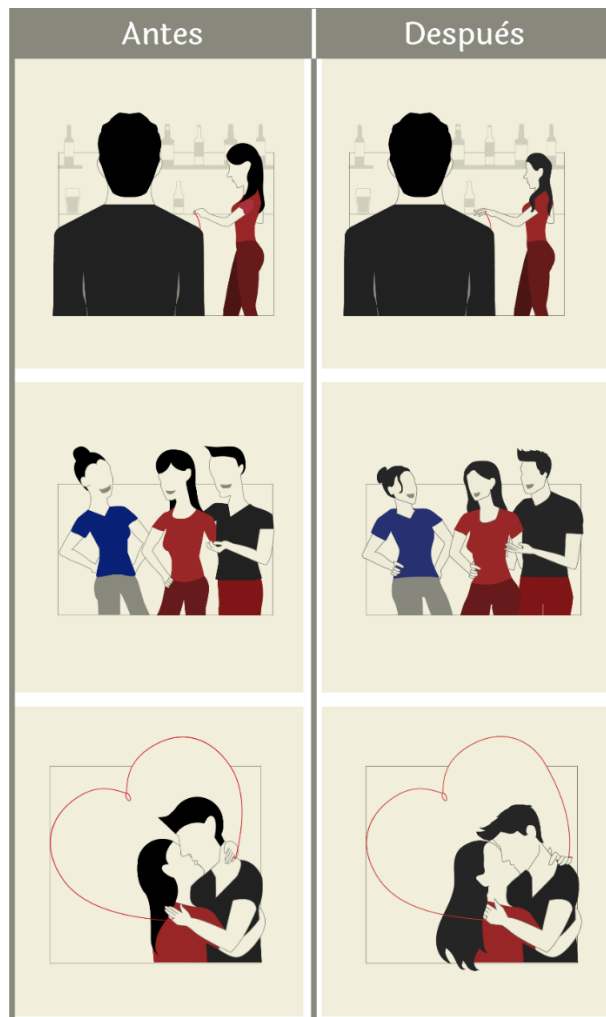


Figura 49. Ilustraciones antes y después.

15. 4 Difusión:

Para persuadir a los usuarios desde su contexto se definió que sería por medio de una página en Facebook y en Instagram llamada Corta el hilo. Estas son redes sociales de uso masivo por sus usuarios y que por su contenido permite conectarlos a la página web.

Se publicitará a la página de Facebook contratando los servicios de la red social para promocionar publicaciones, así se logrará conseguir más me gusta, esto además de llevarlos a la página web, permitirá que, en el inicio de los usuarios aparezca posts con capsulas de información sobre la violencia de pareja. Las cuáles informarán a los estudiantes en su día a día sobre este tema. En cuanto al formato, en Instagram y Facebook se realizaron posts de 1080x 1080px.



Figura 50. Post para Facebook.

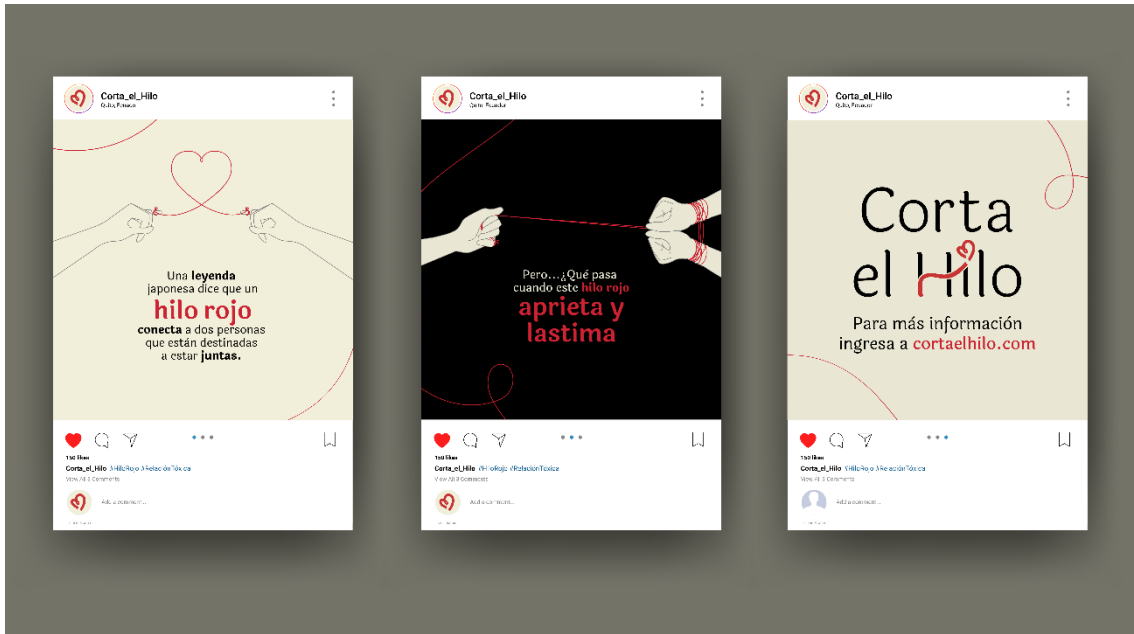


Figura 51. Post para Instagram.

16. Costos del proyecto:

Una vez realizado el prototipo se realizó el cálculo de los costos del proyecto, que comprende desde su desarrollo hasta su implementación.

Primero, se calculó el presupuesto del diseñador según las horas invertidas en cada etapa, las cuales son: trabajo de gestión, trabajo operativo y trabajo creativo.

Tabla 5: Cálculo de presupuestos de diseño

Cálculo de presupuesto de diseño	
Trabajo de gestión	
Total horas laborables al mes	160hrs
Valor hora	\$ 4,71
Horas estimadas de trabajo de gestión	\$ 1.506,58
Trabajo creativo	
Total horas laborables al mes	160hrs
Valor hora	\$ 2,35
Horas estimadas de trabajo de gestión	\$ 376,54
Trabajo operativo	
Total horas laborables al mes	160hrs
Valor hora	\$ 1,57
Horas estimadas de trabajo de gestión	\$ 251,10
Valor bruto por diseño	\$ 1.757,67

De igual forma, se presupuestó la programación de la página web y el servicio de la ilustradora (Anexo 16).

Tabla 6: *Cálculo de programación e ilustración*

Cálculo de programación e ilustración	
Servicio de ilustración	\$ 80
Hosting	\$ 300
Dominio	\$ 35
Servicios de programación	\$ 580
Subtotal	\$ 995
IVA (12%)	\$ 119,4
Total	\$ 1.114,4

Para el presupuesto total se tomó en cuenta el presupuesto de diseño y el de los servicios requeridos por los profesionales de otras disciplinas, para finalmente agregar el presupuesto de insumos de oficina, de transporte y de imprevistos.

Tabla 7: *Presupuesto total*

Presupuesto total	
Honorarios profesionales	\$ 1.757,67
Mano de obra	\$ 1.114,4
Transporte	\$ 34
Equipos de oficina	\$ 185,19
Materiales e insumos de oficina	\$ 6,80
Subtotal	\$ 3.098,77
Imprevistos	\$ 263,37
Total	\$ 3.362,14

Al ser un producto online su costo de producción solo se realiza una vez, sin embargo, dentro de la cotización de la programación de la página web se estimó un costo de renovación del servicio online que se deberá realizar cada año, con un valor aproximadamente de \$80 USD.

Para poder costear el presupuesto total se podría contar con la financiación de instancias gubernamentales, tales como la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). Pues, con la reducción del presupuesto para la erradicación y prevención de la violencia

contra la mujer en el Ecuador, es necesario invertir en alternativas con canales de información digitales y masivos, ya que implican menor inversión que tener que producir materiales físicos para todo el público al que se desee llegar. Además, al ser financiada por una instancia pública la página web puede ser usada tanto como para estudiantes de universidades privadas y públicas. De igual forma, al ser un producto de ayuda social este podría contar con una sección de donaciones.

The background is a solid dark red color. There are two decorative light red lines: one starts at the top left and curves downwards towards the center, and another starts at the bottom right, loops back, and then curves upwards towards the center.

Tercera parte

Comprobación

Steane (2016) quien nombra a la validación como feedback señala que “Las pruebas de usuarios son una forma de feedback que requiere que los usuarios realicen ciertas tareas para identificar las dificultades...” (p.58). Agrega que estas comprobaciones se pueden realizar a través de prototipos con el cliente, con grupos focales y encuestas. Por consiguiente, realizar estas pruebas con los especialistas y público objetivo será esencial para poder mejorar el producto.

17. Comprobación teórica

Es necesario comprobar el producto con un especialista de diseño, pues es esencial verificar si los criterios de la disciplina se están aplicando correctamente. De tal forma que, se comprobó el prototipo con el profesional en Diseño y con experiencia en UX, José Luis Estrella.

Para la comprobación se tomó en cuenta los 10 principios de usabilidad heurística expuestos por Jakob Nielsen (2020) los cuales, según el autor, deben aplicarse a las evaluaciones de productos digitales.

A continuación, se describe los 10 principio de usabilidad y su aplicación en la evaluación.

Tabla 8: 10 principio de usabilidad de Nielsen (2020)

1. Diseño elegante y sencillo	6. Control del usuario
Diseño atractivo y minimalista. No cuenta con diseños superfluos.	El usuario tiene el control total, puede cancelar opciones cuando lo desee.
2. Convenciones y lenguaje familiar	7. Atajos
Lenguaje verbal y visual familiar al usuario.	El diseño ofrece atajos.
3. Coherencia	8. Ausencia de errores
El diseño se asemeja a otras páginas webs frecuentadas por el usuario	El diseño no permite que el usuario cometa errores.
4. Visibilidad	9. Informe de errores
Las opciones y objetos son constantemente visibles.	El diseño informa errores.
5. Feedback	9. Ayuda
Los usuarios reciben un feedback tras realizar acciones.	Los usuarios pueden navegar de forma intuitiva.

Nota. Adaptado de "Fundamentos del Diseño Interactivo" de Steane, 2016, p. 59.

Por otra parte, también se evaluó la calidad de los elementos de diseño señalados por Samara (2008), tales como imagen, tipografía y cromática.

En ambos casos se usó una encuesta con escala del 1 al 5 de Likert, con la intención de comprobar en qué medida cumple el producto con los requerimientos establecidos. Además, se utilizó una entrevista semi estructurada, con el fin de obtener las opiniones del evaluador sobre la propuesta de diseño presentada. (Anexo 14, 17).

La evaluación se hizo a través de la plataforma Zoom y la encuesta se envió al evaluador en formato Word. Mientras que, para el registro se utilizó grabación de audio y video.

Asimismo, antes de iniciar con la evaluación, se explicó al evaluador el procedimiento de la comprobación. Una vez realizado, se procedió a enviar el enlace del prototipo al especialista para que cuando termine de revisarlo, evalúe al producto en la encuesta y en la entrevista semi estructurada.

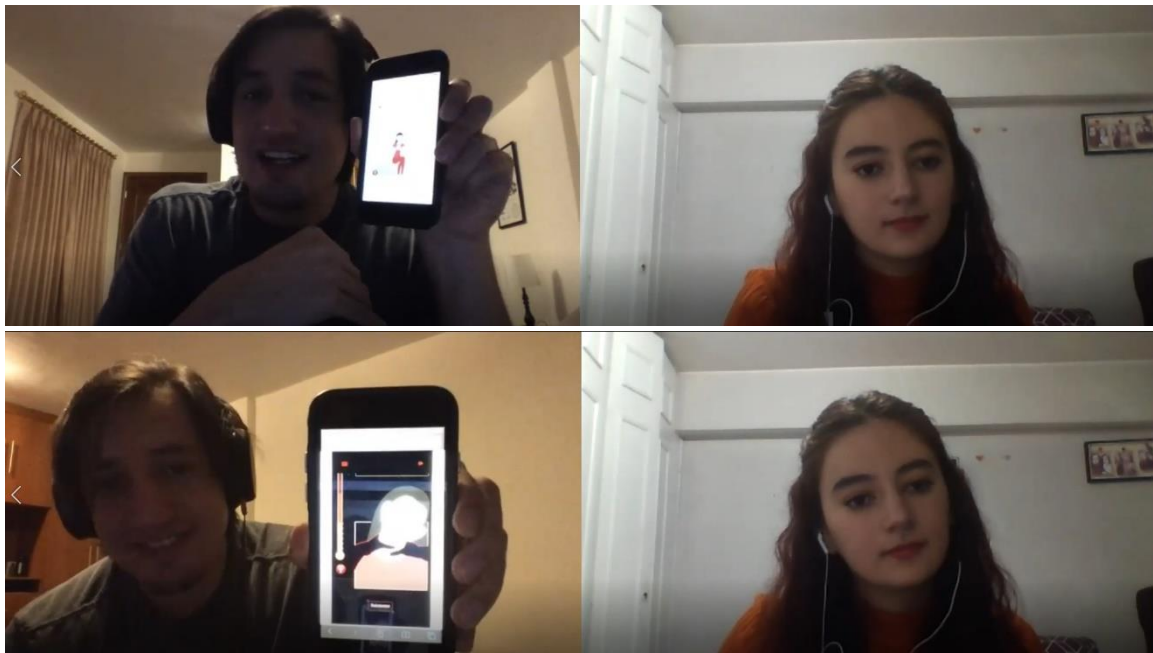


Figura 52. Comprobación con el Diseñador Gráfico José Luis Estrella.

Respecto a los resultados, el profesional mencionó que el producto le parece pertinente, pues el concepto de diseño se percibe en toda la página web. También destacó que es acertado el uso metafórico del hilo rojo, puesto que, permite reforzar los mensajes de la narrativa, “Tienes resoluciones gráficas que son súper potentes, realmente me dejaron impresionado, porque el concepto de manejar la línea es un concepto genial”.

Añadió, que el uso de la cromática es apropiada, visto que pasar de escenas con colores claros y pasteles a escenarios donde el fondo es totalmente negro, indica que la trama de la historia está complicándose. Pues, se llega a asociar al negro con la muerte. Además, señalo que el uso del hilo rojo enredado funciona como un indicador de que la relación de la pareja está cada vez peor.

Por otra parte, sugiere que se establezca una diferencia entre los elementos que hacen parte de la historia y de los que son interactivos. Dado que, las escaletas narrativas por sus bordes redondeados se llegan a confundir con botones.

Adicionalmente, recomendó que las escaletas de tiempo tengan un código visual diferente al de los textos narrativos. De igual forma, sugirió que los bocadillos donde el agresor está gritando tengan una forma que refuerce la intensidad en la que está hablando el personaje.

Por otro lado, mencionó que el lenguaje que se estaba usando en los botones que son para tomar decisiones dentro de la historia, estaban desligados de las escenas. Respecto a este elemento también recomendó que se les otorgue un área más grande en la pantalla a los botones.

17. 1 Correcciones

De tal forma que, se eliminaron los recuadros que contenían las narraciones, con la intención de que el texto se integre de mejor manera a la historia y que no se confunda con botones. Se cambio todos los textos de los botones de tomar decisiones con el propósito de que tengan conexión con la historia y para que no sea técnico. Asimismo, se aumento su tamaño para que se puedan identificar de mejor forma. Además, se cambió los bocadillos que representan irritación y enojo y se le otorgo un código distinto a las escaletas de tiempo. A continuación, se presenta un resumen de las correcciones que se realizó en todas las pantallas tras la validación con el diseñador.



Figura 53. Correcciones de la comprobación con diseñador.

18. Comprobación con la interdisciplina

Para la validación con la especialista se realizó una entrevista a profundidad a la psicóloga clínica de la Escuela Politécnica Nacional María Soledad Pérez (Anexo 13, 18). En la entrevista se realizaron preguntas que comprueben el cumplimiento de los requerimientos del proyecto y la pertinencia del producto en relación con el problema y a la interdisciplina.

La entrevista se realizó a través de la plataforma de zoom, antes de empezar con las preguntas, la psicóloga hizo uso del producto.

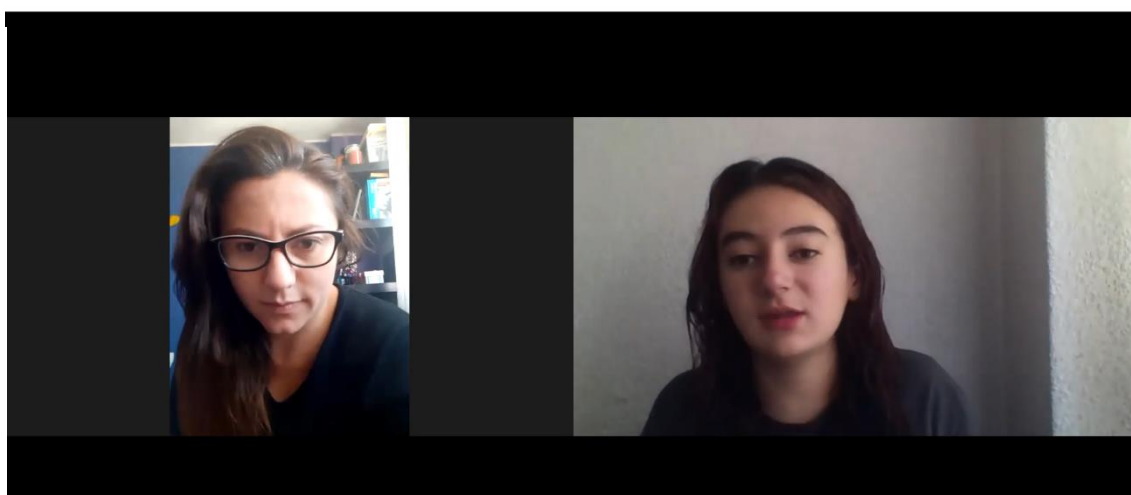
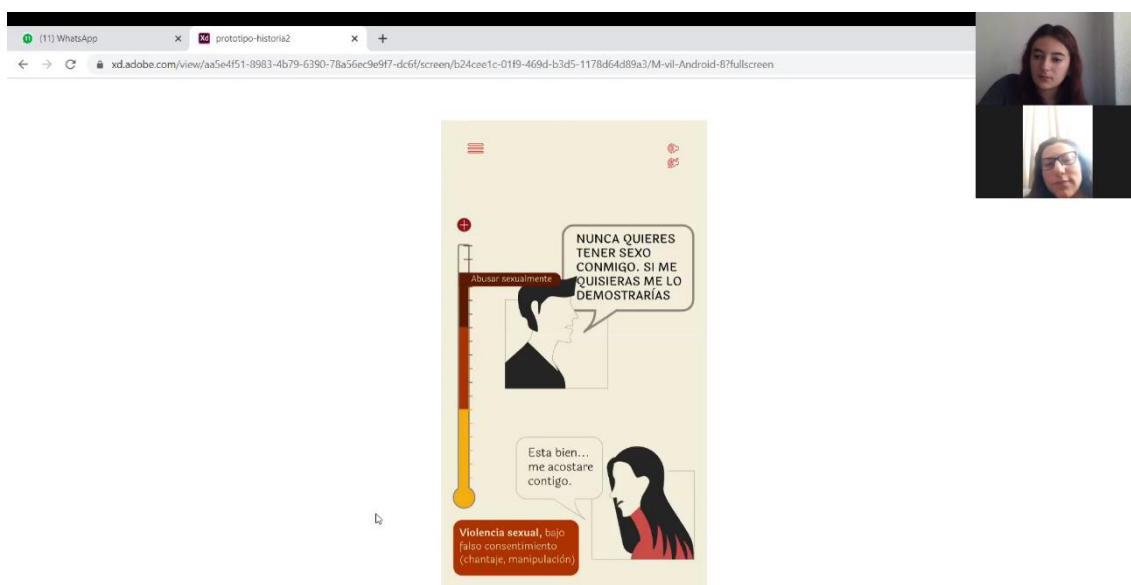


Figura 54. Comprobación con la Psicóloga clínica María Soledad Pérez.

La especialista menciona que la historia está bien contextualizada, pues los tipos de violencia reflejaban lo que puede vivir un universitario. Añadió que

la información era clara y pertinente para el público objetivo al que está dirigido.

Señaló también, que la toma de decisiones dentro de la historia hace reflexionar a los universitarios sobre la importancia que tiene las decisiones en una relación, pues tienen la posibilidad de terminar con su pareja y buscar ayudar o en el peor de los casos pueden hasta morir, una situación que muchas veces lo ven como algo lejano.

En cuanto a las observaciones menciono que el tono de una de las escenas de la historia, donde se representa la violencia sexual debe ser más agresiva, e incluso que el agresor debería usar un lenguaje mucho más denigrante. Enfatizo que en esa escena las fotografías deben evidenciarse desnudos y partes íntimas del cuerpo, también recomendó cuales pueden ser las líneas de dialogo de esa escena.

También comento que se debe agregar información sobre la fase de luna de miel del ciclo de la violencia, pues esto es lo que hace que la relación de violencia preexista.

La psicóloga también recomendó que no se haga uso de un test para identificar la violencia de pareja, pues dijo que muchas veces son subjetivos, y que para hacer uso de ellos es necesario que antes este validado con jóvenes ecuatorianos.

Es importante señalar, que la especialista recomendó que el término "prevención secundaria" sea corregido del título del proyecto, porque esa definición es usada cuando un profesional de la salud interviene con la víctima, por lo tanto, sugirió que se cambiará a promoción de la salud.

Por último, dijo que es acertado que este producto funcione de forma autónoma, ya que los jóvenes buscan todo en internet y es esencial que cuenten con una herramienta de ayuda que sea interactiva y no gubernamental. Pues, menciono que los jóvenes no van a acudir a artículos, informes, libros, etc. (que es lo que encuentran en internet) para informarse del tema. Incluso agregó que ella usaría el producto en sus terapias, en charlas y hasta con colegas de los últimos años.

18.1 Correcciones

En cuanto a las correcciones se cambió las fotografías que intentaban representaban pornografía pero que realmente eran fotos pixeladas de parejas abrazadas, por una ilustración mucho más apegada al contexto de la escena. También, se agregó ilustraciones para representar la etapa de luna de miel del ciclo de la violencia, y se agregó la violencia sexual que se presenta cuando un miembro de la pareja no usa condón en contra de la voluntad de su pareja. A continuación, se presentan un resumen de las correcciones que se realizaron tras la comprobación con la psicóloga.

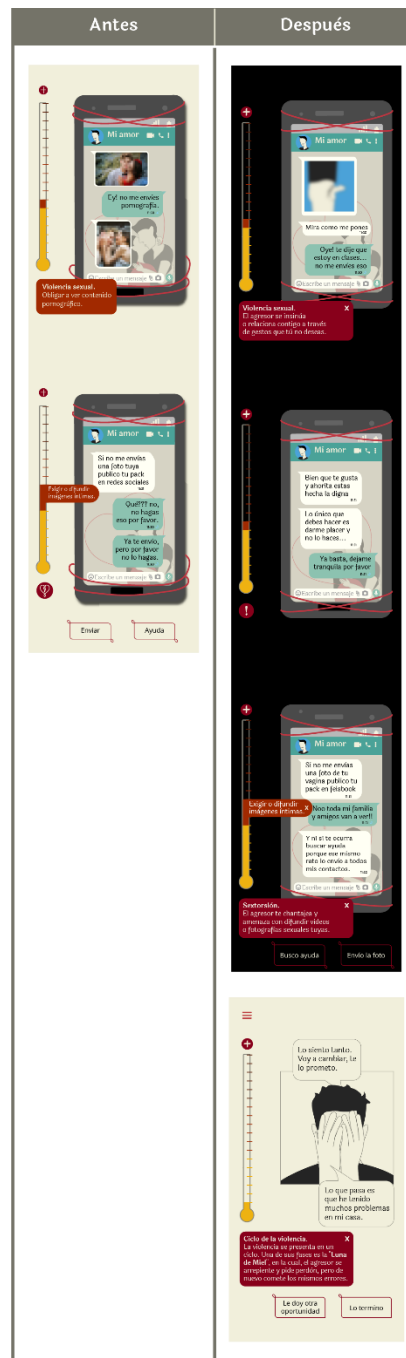


Figura 55. Correcciones de la comprobación con la psicóloga.

19. Comprobación usuario:

Por último, una vez hechas las correcciones que se identificaron en la comprobación con los especialistas, se procedió a comprobar el prototipo con el público objetivo.

La comprobación de usuario se realizó con un grupo de 17 estudiantes universitarios de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de los cuales 9 eran mujeres y 8 hombres. En primer lugar, antes de empezar la comprobación con los usuarios, se les dio un consentimiento informado a los jóvenes y se les explicó cuál sería el procedimiento para el grupo focal (Anexo 15, 21).

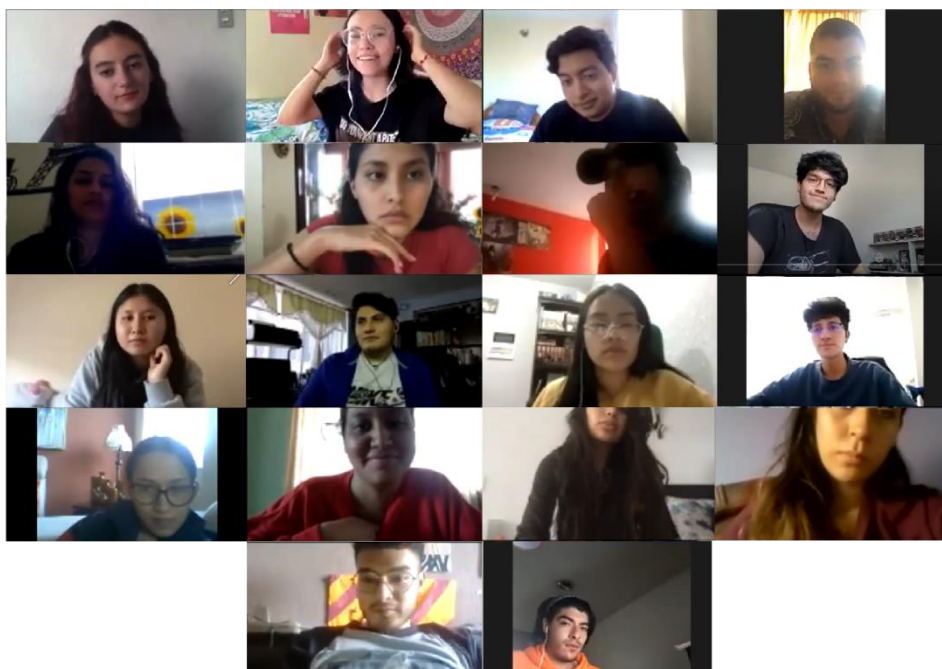


Figura 56. Comprobación con los usuarios.

Es importante destacar, que se dividió a los estudiantes en 3 grupos, con la intención de que a cada uno de ellos se le asigne uno de los objetivos que se han propuesto para la historia. De modo que, a través de la encuesta y grupo focal se pueda definir cuál de los 3 grupos comprendió mejor la información y tuvo una mejor experiencia con el producto (Tabla 9).

En la encuesta y en el grupo focal se comprobó la comprensión de los temas impartidos, la usabilidad del producto y la experiencia de los usuarios.

Tabla 9: *Objetivos asignados a los estudiantes*

Grupo A	Decide el futuro de tu personaje
Grupo B	Llegar al final de la historia con el nivel de violencia más bajo
Grupo C	Llegar al final de la historia con el nivel de violencia más alto

Por otra parte, es necesario mencionar que se filtró los resultados por objetivos, finales y género para analizar mejor la información y poder tomar decisiones justificadas respecto al producto.

Como resultado de la encuesta se obtuvo que todos los usuarios, a excepción de uno lograron cumplir con el objetivo que se les asignó. Esto quiere decir que entendieron la función del violentómetro, un elemento importante a analizar, puesto que este era el recurso clave para poder alcanzar el objetivo B y C.

Por otro lado, más de la mitad de los usuarios repitió la historia, lo cual representa un logro para el producto, ya que mientras más se animen a repetir la historia más información y ejemplos obtendrán sobre la violencia de pareja.

Conviene enfatizar, que sin importar el objetivo que se les asignó a los usuarios, todos pudieron identificar que la violencia de pareja se va presentando de forma progresiva. Asimismo, la mayoría de ellos pudo identificar los 4 tipos de violencia que se presentan en una relación de pareja.

Cabe resaltar que, si se compara estos resultados con los de la encuesta que se realizó al inicio de la investigación, se puede observar que los estudiantes identifican mucho mejor los 4 tipos de violencia y donde denunciar, una vez que han interactuado con el producto realizado. El color amarillo representa un antes y el color rojo un después de usar el producto del proyecto (Figura 57).

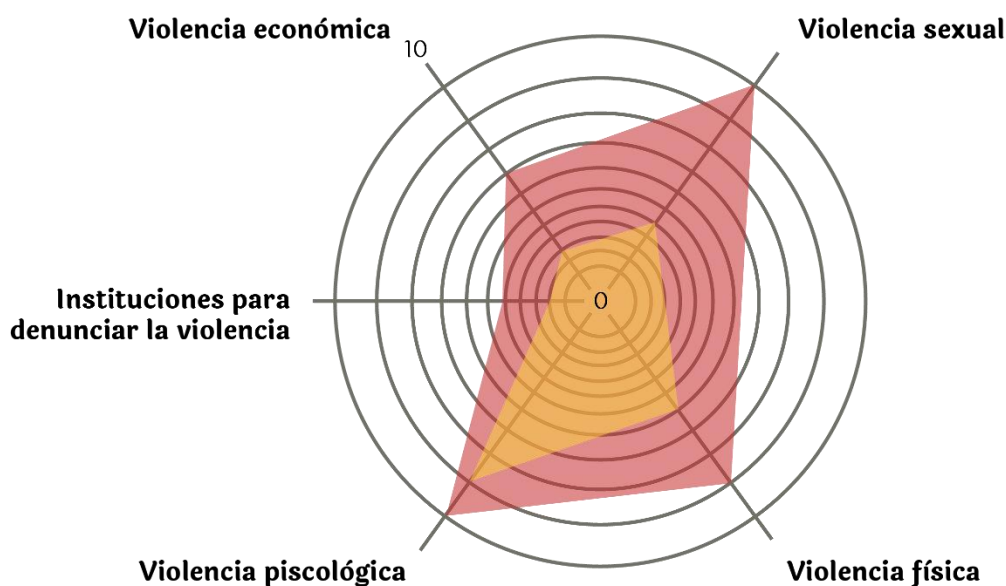


Figura 57. Adaptado de Telaraña de Bernstein (1984).

En cuanto los grupos que mejor identificaron las alertas del violentómetro destacan el grupo C, seguido por el B. Es necesario subrayar, que los estudiantes pudieron nombrar las alertas del violentómetro tal y cual aparecen en la historia, entre ellas nombraron: celar, chantajear, abusar sexualmente, asesinar, entre otras. De igual forma, el grupo B y C reconocen mejor los actos violentos que se presentan al inicio de la relación de pareja y una vez que está ya ha avanzado.

Respecto a su opinión sobre la información que se obtenía de la ventana emergente, los usuarios concordaron que les fue de mucha utilidad, pues gracias a ella pudieron identificar actos que no identificaban como manifestaciones violentas, "Había cosas que tal vez desconocía y, tal vez hemos sido testigos de que hay conocidos o a llegados que si lo practican. Entonces era como que ahhh, esto si ha existido", "Igual yo, pienso que era súper útil...porque había algo que yo no conocía, entonces me sirvió full" (comunicación personal, 4 de noviembre del 2020, anexo 15).

Sin embargo, algunos estudiantes señalaron que la ubicación de la ventana emergente en la pantalla no les incitaba a leer su contenido, es así que comentaron que en algunas ocasiones lo pasaron por alto.

Por otra parte, en el grupo focal se identificó que los usuarios comprendieron que un agresor al inicio se muestra como una persona atenta, cariñosa y amable, pero que mediante avanza la relación va mostrando su verdadera

cara “Empieza como una persona normal, luego va delatando sus agresiones” (comunicación personal, 4 de noviembre del 2020, anexo 15).

Los estudiantes expresaron que sentían intriga sobre lo que va a pasar más adelante en la historia. Asimismo, muchos de ellos nombraron que en las situaciones violentas sentían impotencia y enfado con el agresor. Es importante resaltar este hallazgo, ya que es necesario que los estudiantes universitarios sientan rechazo al victimario y a sus agresiones, para que estos actos sean denunciados cuando sucedan. Por otro lado, cuando los estudiantes llegaban a terminar con el agresor se sentían empoderados y satisfechos.

Cabe destacar que, se identificó en el grupo focal que los usuarios aplicaban distintas estrategias para lograr cumplir su objetivo, o para conocer que pasaba si tomaban cierta actitud ante el agresor, como por ejemplo, uno de ellos supo decir que en un intento actuó de forma sumisa y en el otro no, con la intención de conocer ambos resultados. Asimismo, otros usuarios mencionaron que tomaban decisiones para enfrentar al agresor, hacerlo enojar, ceder ante él etc. con el propósito de ver cuál era la reacción del antagonista. Es preciso señalar que, este acierto es de suma importancia para el proyecto, ya que de esta forma algunos usuarios pueden reconocer que las actitudes que pensaban que eran la forma correcta de librarse de la violencia son erróneas, como por ejemplo ceder o ser sumisa. Mientras que otros, pueden confirmar que están en lo correcto.

Por lo que se refiere a la experiencia de los usuarios, todos los estudiantes, exceptuando dos de ellos, sintieron que tienen un gran nivel de agencia en la historia. Asimismo, la inmersión y transformación de la narrativa tuvieron resultados positivos, pero aún se puede seguir trabajando en ellos para obtener un mejor resultado.

En relación con la usabilidad, a la mayoría de los estudiantes les resultó sencillo usar el producto, pues mencionaban que el hilo rojo los guiaba en la navegación de la página web. Y aunque, también se obtuvo resultados positivos en la identificación de los iconos y botones de la interfaz, este apartado tuvo respuestas más diversificadas que las otras preguntas. Por lo tanto, sería conveniente profundizar en estos elementos para alcanzar resultados más homogéneos.

Por último, como se pudo evidenciar, el planteamiento de objetivos tales como el "B" y "C", generan una experiencia más enriquecedora en los usuarios, hace que reflexionen más sobre las decisiones que toman en la historia, ocasionando que presten más atención en la información presentada en la página web. A diferencia del objetivo "A", en el cual tenían total libertad de realizar lo que desearan.

20. Conclusiones

La violencia de pareja es un problema de salud pública, por ende, necesita varias líneas de acción desde las interdisciplinas para mejorar la calidad de vida de las personas. Cabe destacar que, los jóvenes son un grupo susceptible ante esta problemática. Sin embargo, la promoción de la salud que se hace con este público es muy poca y el material informativo que tienen disponible para informarse sobre este tema no está enfocado en ellos. Por lo tanto, generar propuestas gráficas junto con la psicología, a través de metodologías informativas y ejemplos familiares a los usuarios permite ofrecer un material eficaz para apoyar a la promoción de la salud.

En cuanto al diseño, ofrece infinitas herramientas que permiten persuadir al público objetivo a informarse sobre este tema tales como la ideación, diseño a detalle, prototipado, comprobación, etc. De igual forma, la interactividad y la condensación de la información a través de ilustraciones hace que los jóvenes se interesen y comprendan de mejor manera la información sobre la violencia de pareja. También, fue fundamental el uso de canales masivos que estuvieran en el contexto de los usuarios.

Por otra parte, la comprobación con el diseñador, la psicóloga y los usuarios permitió identificar que el producto responde a las necesidades del público objetivo y que su construcción se rige a los lineamientos de cada interdisciplina. Además, es preciso señalar que los usuarios pudieron comprender perfectamente la información presentada en la página web y que llamo su atención.

20.1 Recomendaciones

- Se recomienda que el producto funcione para todos los géneros, y que cada uno de ellos tenga una historia enfocada a su realidad. Pues, esto ayudará a que todos los usuarios se puedan identificar con el

producto, haciendo que tengan más interés en informarse sobre el tema. Es importante que todos los universitarios se sientan incluidos y que se den cuenta que es un problema que, sin importar su género se puede presentar.

- También se recomienda que se agreguen más historias en el producto para cada género, esto permitirá que se pueda ejemplificar más manifestaciones de violencia y que los usuarios puedan seguir indagando sobre el tema.
- Se sugiere que se recolecte información sobre que escenas son las que más han visitado los usuarios, cuántos de ellos han terminado y repetido la historia y cuántos han abandonado la página. De modo que, con esta información se pueda mejorar la página web.
- Tomando en cuenta la observación de la Psic. Soledad Pérez, el producto puede usarse incluso en consulta. Por lo tanto, es viable profundizar el uso del producto en este contexto y estudiar la posibilidad de incluir al profesional en el material gráfico.
- Además, es aconsejable revisar el recurso de la ventana emergente, para decidir cuál es la mejor forma en la que debería presentarse, para que todos los usuarios la lean.
- Por último, es importante que existan varias iniciativas para la promoción de la salud de la violencia de pareja. Por lo tanto, se recomienda que se agreguen más líneas de acción con los estudiantes universitarios, desde la propuesta del proyecto.

21 Bibliografía

Libros:

Aharonov, J. (2011). *PsicoTypo*.

Amell, C. (2015). *Flat Illustration*. Barcelona, España: Publicaciones Monsa.

Anacona, C. A. R., & Gómez, J. A. M. (2018). *Violencia en el noviazgo: evaluación, prevención e intervención de los malos tratos en parejas jóvenes*. Bogotá, Colombia: El Manual Moderno.

Belluccia, R., & Chaves, N. (2003). *Marca Corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós

Carpintero, C (2009). *Dictadura del diseño. Notas para estudiantes molestos*. Buenos Aires, Argentina: Wolkowicz Editores.

Casas, N. (2015). *Técnicas fundamentales para aplicar al dibujo de Cómics digital*. Madrid, España: Bubok.

Dahlström, A. (2019). *Storytelling in Design: Defining, Designing, and Selling Multidevice Products*. O'Reilly Media.

Frascara, J. (2012). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.

Freire, A. G.-M. (2010). *La violencia contra las mujeres en la pareja: claves de análisis y de intervención*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.

Fullerton, T. (2014). *Taller de diseño de juegos: un enfoque centrado en el juego para crear juegos innovadores*. Burlington, Estados Unidos: Elsevier.

Heller, E., & Mielke, J. C. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Gustavo Gili

Husmann G., G. C. (2014). *La conspiración de los maltratadores*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Del Nuevo Extremo S.A.

Injuve. (2019). *La violencia de género en los jóvenes*. Madrid, España: Instituto de la Juventud.

- Koenitz, H., Ferri, G., Haahr, M., Sezen, D., & Sezen, T. (2015). *Interactive Digital Narrative*. New York: Routledge.
- Leal D., M. Á. (2012). *Convivir en igualdad. Prevención de violencia masculina hacia las mujeres en todas las etapas educativas*. Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Ledesma M., M. L. (2018). *Retóricas del diseño social*. Florida, Estados Unidos: Wolkowicz Editores.
- Lupton, E. (Ed.). (2012). *Intuición, acción, creación: graphic design thinking*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Meirelles, I. (2014). *La información en el diseño*. Badalona, España: Parramón Paidotribo.
- Muñoz, A. (2006). *¿Maltrato psicológico?, Cuando las víctimas no lo saben*. Málaga, España: Ediciones Corona Borealis.
- Mina A., M. J. (2003). *Violencia y género*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Moore, M. (2010). *Sensacion significado y aplicacion del color*. Santiago, Chile: Karla Castro Atencio.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2015). Deusto, España: *Diseñando la propuesta de valor*.
- O'Grady, J. y. (2018). *Manual de investigación para diseñadores*. Barcelona: Blume.
- Ruiz, C. (2016). *Voces tras los datos. Una mirada cualitativa a la violencia de género en adolescentes*. Sevilla, España: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Romero, M. d. (2013). *Hombres víctimas y mujeres agresoras*. Madrid, España: Editorial Cántico.
- Rojas, V. N. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- Steane, J. (2016). *Fundamentos del diseño interactivo*. Barcelona, España: Promopress.
- Tillman, B. (2011). *Creative Character Design*. Oxford, Inglaterra: Elsevier.

Timothy, S. (2008). Los elementos del diseño, Manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona, España: *Editorial Gustavo Gili, SL*.

Visocky, J. (2018). *Manual de investigación para diseñadores*. Barcelona, España: Blume.

Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona, España: Ediciones Robinbook.

Artículos:

García-Carpintero, M. Á., Rodríguez-Santero, J., & Porcel-Gálvez, A. M. (2018). Diseño y validación de la escala para la detección de violencia en el noviazgo en jóvenes en la Universidad de Sevilla. *Gaceta Sanitaria*, 32, 121-128. Recuperado de: <https://www.scielosp.org/article/gs/2018.v32n2/121-128/es/>

Hartmut, K., & Roth, C. (2016). Evaluating the User Experience. *Research Gate*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/308986296_Evaluating_the_User_Experience_of_Interactive_Digital_Narrative

Ledesma, M. (2018). La vulnerabilidad del género. *Cuaderno 69*, 69-80. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/663_libro.pdf

Lindley, C. (2005). The semiotics of time structure in ludic space as a foundation for analysis and design. *Game Studies*, 5(1). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/220200723_The_Semiotics_of_Time_Structure_in_Ludic_Space_As_a_Foundation_for_Analysis_and_Design

Martos, Á., Simón M., Barragán, A., Molero, M., Pérez, M., & Gázquez, J. (2016). Revisión del uso de las nuevas tecnologías para la intervención en violencia de género en parejas de adolescentes. *European Journal Of Child Development, Education And Psychopathology*, 4(1), 63-73. doi:10.30552/ejpad.v4i1.35. Recuperado de: <https://formacionasunivep.com/ejpad/index.php/journal/article/view/35/38>

Ortega, R. (2014). Metodología para la ilustración desde el pensamiento creativo. *Actas de Diseño N°17*, 245-248. Recuperado de:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/485_libro.pdf

Pazos, M., Oliva, A., & Hernando, Á. (2014). Violencia en relaciones de pareja de jóvenes y adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 46(3), 148-159. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012005342014000300002&lng&tlng=es.

Páginas Web:

El Comercio. (20 de noviembre de 2019). *Actualidad*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/acoso-sexual-investigacion-universidades-quito.html>

El Departamento de Violencia Intrafamiliar de la Policía Nacional . (2014). *Violencia intrafamiliar*. Recuperad de: <https://www.policia.gob.ec/>

Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (9 de Octubre de 2018). *Actualidad*. Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-son-las-ilustraciones-flat-y-que-quieren-expresar>

Fog of Love (2018) *Fog of Love*. Recuperado el 12 de 03 del 2020, de <https://www.fogoflove.com/>

Gràcia C. (2019) *Hers*. Recuperado de Behance el 12 de 03 de 2020, de https://www.behance.net/gallery/85915994/hers-2019?tracking_source=search%7Chers

Grupo Nielsen Norman. (15 de Noviembre de 2020). *Ten usability heuristics*. Obtenido de Grupo Nielsen Norman: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Heredia, V. (2019). *Sociedad*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/reduccion-presupuesto-prevencion-violencia-genero.html>

Instituto Politécnico Nacional. (2009). *Violentómetro*. Obtenido de Instituto Politécnico Nacional: <https://www.ipn.mx/genero/materialesdeapoyo/violentometro.html>

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2010). *Centro virtual de de técnicas didácticas*. Obtenido de Tecnológico de Monterrey: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/qes.htm

Muhimu. (s.f.). Muhimu. Recuperado de: <https://muhimu.es/inspiracional/la-leyenda-del-hilo-rojo/>

Material Design. (2020). *Spacing methods*. Obtenido de Material Design: <https://material.io/design/layout/spacing-methods.html#baseline-grid>

Muyumpa. (s.f.). *¿Qué es la TIC?* Obtenido de Muyumpa: <http://www.muyumpa.org/queeslatci/>

Nelson, P. (2015). *The story element*. Obtenido de The personal blog of Paul Nelson: <https://thestoryelement.wordpress.com/2015/02/11/designing-branching-narrative/>

Organización de la Naciones Unidas Mujeres. (Octubre de 2018). *Poner fin a la violencia contra las mujeres*. Recuperado de ONU Mujeres: <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>

Organización Mundial de la Salud. (29 de Noviembre de 2017). *Notas descriptivas: OMS*. Recuperado de OMS: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>

SOS Violence Conjugal (2019) *It's not violence*. Recuperado el 12 de 03 de 2020, de <https://itsnotviolent.com/scenarios/3/results>

Informes:

Care, Observatorio de Violencias contra las Mujeres. (2018). *Estudio Sistema de Riesgo de Casos de Violencia contra la Mujeres*. Quito, Ecuador: Observatorio de Violencias contra las Mujeres. Recuperado de: <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2020/07/CARE-ESTUDIO-DE-CASOS.pdf>

Consejo Nacional para la Igualdad de Género. (2014). *La violencia de género contra las mujeres en el Ecuador*. Quito, Ecuador Recuperado de: <https://www.unicef.org/ecuador/informes/la-violencia-de-g%C3%A9nero-contra-las-mujeres-en-el-ecuador>

Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. Recuperado de: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Encuesta Nacional sobre Relaciones Violencia de Género contra las Mujeres - ENVIGMU*. Quito, Ecuador. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Violencia_de_genero_2019/Principales%20resultados%20ENVIGMU%202019.pdf

Organización Panamericana de la Salud (OPS), Oficina Regional para las Américas de la Organización Mundial de la Salud, 2002, *Informe mundial sobre la violencia y la salud: resumen*. Washington, D.C. Recuperado de: https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/es/summary_es.pdf