



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas**

**Carrera de Comunicación**

**EL CORTOMETRAJE, UNA HERRAMIENTA  
PARA LA VISUALIZACIÓN DE LA  
VIOLENCIA CONTRA LA MUJER**

Autora:

**Daniela Doménica Cabrera García**

Directora:

**Catalina González-Cabrera**

**Cuenca – Ecuador  
2023**

## **DEDICATORIA**

De todo corazón para mi amado Sam, por llegar a mi vida para hacerme feliz, por ser mi mayor motivación para levantarme cada día y hacerme desear ser una mejor mujer.

A mi querido Matías Zibell, por todo su cariño y apoyo incluso a la distancia, por enseñarme a escuchar mi corazón y a luchar por mis sueños, pero en especial, por convertirse en familia cuando el mundo me dio la espalda.

A mi amado sobrino Jared, por ser mi motivación principal para luchar por construir un mundo mejor en el que pueda crecer seguro.

Al feminismo, por ayudarme a salir de relaciones dañinas y abrirme los ojos a realidades que me negaba a ver.

Por último, pero no menos importante, para las mujeres del mundo que aún no han podido romper el círculo de la violencia en sus vidas.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por su infinita misericordia y amor en mi vida, pero especialmente, por permitirme trabajar mi tesis bajo un tema que me apasiona.

De todo corazón a mis padres, que se han esforzado para poder brindar a nuestra familia todo lo que hemos necesitado y más. Además, de permitirme tener mis estudios al día de hoy y mostrarme siempre su amor y cuidados. Especialmente agradezco a mi madre por introducirme al feminismo y enseñarme a ser una mujer fuerte y luchadora.

A mis amados hermanos que me han demostrado su amor y apoyo de forma incondicional, incluso cuando yo misma no podía hacerlo.

A mi bebé perruno Sam, que me enseñó que el sentido de la vida, la felicidad y el amor pueden resumirse en cuatro patitas y bigotes que corren a mi encuentro.

Al pequeño Jaredcito que, desde su llegada prematura al mundo, ha llenado mi vida de sonrisas.

A mi cuñada Mel, que constantemente me ha mostrado su cariño y apoyo incondicional.

A Matu, que siempre mantuvo la puerta de su oficina abierta para escucharme y aconsejarme con su infinita sabiduría, que creyó en mí y en mi potencial desde que nos conocimos. También por ser el mejor director de carrera, profesor y amigo que la vida universitaria pudo regalarme.

A mi querida Caty González, que un día me dijo: “¡Deja de normalizar la violencia!” y me cambió la vida. Además, por ser mi directora de tesis, por acompañarme en todo este proceso y guiarme con amor desde el inicio hasta el fin de mi carrera, enseñándome que la vida es “*palo bola, palo bola*”.

A Oscarito Vintimilla, que con cariño aceptó ser mi tribunal, pero en especial por inculcarme el amor hacia los audiovisuales y enseñarme a producirlos,

además de preocuparse siempre por la mejora de mi salud.

A Mafer, Angie, Franklin y Esteban, mi primer grupo de amigos de la carrera, quienes durante todos estos años han ejemplificado a la perfección el significado de la lealtad.

A Sofi, Pau, José, Ale, Cheto y Alondra que me han enseñado qué es la amistad verdadera y han salvado mi vida más de una vez con todo su amor y apoyo durante toda mi etapa universitaria, sin duda alguna, la carrera no hubiera sido lo mismo sin ellos. En especial agradezco a Alo y José por ser los protagonistas de mis cortometrajes y a Sofi por ser mi directora de fotografía, sin un *staff* tan asombroso no lo habría logrado.

A mi buen amigo Mateo Quito, que me aconsejó y ayudó mucho en el proceso de grabación de las voces de los cortometrajes.

A todas las mujeres que participaron en los cuestionarios e hicieron posible sacar adelante esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas las personas que fueron parte de todo este proceso, que han llegado a mi vida para marcarla con enseñanzas que siempre atesoraré y que en este apartado no he llegado a nombrar, sepan que los amo y siempre lo haré.

## RESUMEN

Investigaciones han demostrado que los cortometrajes pueden provocar cambios actitudinales o de creencias frente a problemas sociales como la violencia contra la mujer. Para este estudio se elaboró un cortometraje que abordó la violencia física, emocional y psicológica contra la mujer, pero con la adición de un *plot-twist*. La teoría de la persuasión narrativa y sus mecanismos explicativos, así como la influencia de la voz narrativa fueron analizados en un diseño experimental. Las participantes (N=158) fueron aleatorizadas en dos grupos de tratamiento (corto con voz narrativa en 1ª persona vs., 3ª), luego de ver el cortometraje, llenaron un cuestionario donde se midieron variables mediadoras y de resultado. Los hallazgos señalan que funcionó mejor el estímulo de la 3ª voz narrativa, especialmente, en el transporte, el disfrute y el realismo. Estos resultados son importantes para las investigaciones sobre violencia de género, así como las de la línea de la persuasión narrativa.

**Palabras clave:** Cortometraje, identificación con los personajes, normalización de la violencia contra la mujer, persuasión narrativa, transporte narrativo, voz narrativa.

## ABSTRACT

Research has shown that short films can provoke attitudinal or belief changes in the face of social problems such as violence against women. For this study, a short film was developed that addressed physical, emotional and psychological violence against women, but with the addition of a plot-twist. The theory of narrative persuasion and its explanatory mechanisms, as well as the influence of the narrative voice were analyzed in an experimental design. Participants (N=158) were randomized into two treatment groups (short film with 1st person vs. 3rd person narrative voice), and after watching the short film, they filled out a questionnaire where mediating and outcome variables were measured. The findings indicate that the 3rd narrative voice stimulus worked better, especially in transportation, enjoyment and realism. These results are important for research on gender violence, as well as those in the line of narrative persuasion.

**Keywords:** Short film, identification with characters, normalization of violence against women, narrative persuasion, narrative transport, narrative voice.



Este certificado se encuentra en el repositorio digital de la Universidad del Azuay, para verificar su autenticidad escanee el código QR

Este certificado consta de: 1 página

# ÍNDICE

Tabla de contenido	
DEDICATORIA .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
RESUMEN .....	IV
ABSTRACT .....	IV
ÍNDICE.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	VI
CAPÍTULO 1 .....	1
1. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN .....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Persuasión Narrativa .....	1
1.3 Identificación con el personaje .....	2
1.4 Transporte Narrativo .....	3
1.5 Autorreferencia .....	4
1.6 Voz narrativa.....	5
1.7 Normalización de la violencia contra la mujer .....	6
1.8 Objetivos de investigación e Hipótesis .....	7
Conclusiones del capítulo .....	8
CAPÍTULO 2 .....	9
2. METODOLOGÍA.....	9
2.1 Participantes .....	10
2.2 Estímulo .....	12
2.3 Procedimiento .....	12
2.4 Instrumento y medidas .....	13
2.4.1 Similitud.....	13
2.4.2 Identificación con el personaje.....	13
2.4.3 Disfrute.....	13
2.4.4 Realismo.....	13
2.4.5 Contra-argumentación.....	14
2.4.6 Autorreferencia.....	14

2.4.7 Transporte Narrativo .....	14
2.4.8 Normalización de la Violencia contra la Mujer .....	14
CAPÍTULO 3 .....	15
3. RESULTADOS .....	15
3.1 Análisis preliminar.....	15
3.2 Contraste de hipótesis .....	16
CAPÍTULO 4 .....	18
4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	18
REFERENCIAS .....	20
ANEXOS .....	26
Anexo 1: Guion técnico .....	26
Anexo 2: Cuestionario y consentimiento informado .....	30

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 .....	7
Figura 2.....	9
Figura 3.....	10
Figura 4.....	11
Figura 5.....	11
Figura 6.....	12

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	16
Tabla 2.....	17

# **CAPÍTULO 1**

## **1. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **1.1 Introducción**

La violencia contra la mujer es considerada una problemática de salud pública debido a que afecta la salud física, mental y emocional de las personas que la sufren (Castro & Vázquez, 2008).

Según datos obtenidos en la encuesta nacional sobre relaciones familiares y violencia de género contra las mujeres realizada por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), se ha evidenciado que el 64.9% de mujeres en el Ecuador han sufrido de algún tipo de violencia en su vida (INEC, 2019).

Es bajo este contexto que la siguiente investigación pretende elaborar un cortometraje con base en la teoría de la Persuasión narrativa (explicada a continuación), para evidenciar que aún existen situaciones de inequidad y desigualdad en la vida de una mujer que han sido normalizadas.

### **1.2 Persuasión Narrativa**

Se puede definir a la persuasión narrativa como un proceso y/o un campo de investigación sobre los procesos o mecanismos que explican cómo los mensajes narrativos pueden cambiar los comportamientos, creencias, actitudes e incluso las intenciones de las personas (Camelo et al., 2021).

Dentro de un guion o narración se puede analizar la intención de difundir distintos mensajes y conocimientos. El impacto dependerá de la implicación o identificación de la audiencia con la historia que se cuente (Green & Brock, 2005).

Dentro de la teoría de persuasión narrativa existen mecanismos que la explican tales como: el transporte narrativo, el agrado y la identificación con los personajes y mediadores que explican el involucramiento de la audiencia (Green & Brock, 2000). Además, estas variables pueden intensificar el efecto mediático de un audiovisual (Cohen, 2001).

Es importante aclarar que la reacción de la audiencia ante los mensajes que se producen a través de esta teoría son efectivos por la inhibición de la resistencia y contra

argumentación de la audiencia ante el mensaje, ya que, al ser presentado en un cortometraje, los espectadores no se esperan factores como mensajes persuasivos que provocan cambios actitudinales y conductuales, en realidad no esperan otro factor que no sea el del entretenimiento (Moyer-Gusé, 2008a).

Shen et al. (2018) desarrollaron y probaron un modelo psicológico integral para medir cómo persuaden los mensajes narrativos, para esto utilizaron como estímulos cuatro videoclips sobre temas de salud sexual de series de televisión muy conocidas.

Los resultados de dicha investigación evidenciaron los efectos directos de la persuasión proveniente del transporte narrativo y la identificación con los personajes; asimismo se hicieron evidentes los efectos indirectos a través de la disminución de la reactancia psicológica.

Por otro lado, Camelo et al. (2021) han demostrado que, si bien en Latinoamérica todavía queda mucho por investigar sobre cómo las narraciones pueden influir en conductas preventivas y comportamientos de riesgo en salud, estas estrategias son muy poderosas para generar cambios actitudinales y conductuales.

Para focalizar más a fondo cómo esta teoría ayudará en la elaboración del cortometraje, es necesario hablar de las estrategias que permiten persuadir a la audiencia a través de la narrativa.

### **1.3 Identificación con el personaje**

La identificación con el personaje es un proceso mental en el que el espectador asume la posición de un personaje de ficción, esto provoca que el espectador sienta o experimente las vivencias del personaje como si le estuviese ocurriendo a él (Cohen, 2006).

Uno de los efectos o consecuencias de la identificación con el personaje es que estimula la reflexión mientras se recibe el mensaje ficticio, además de estimular la implicación con los mismos (Igartua & Vega, 2014).

No obstante, Cohen (2001) describe que una alta implicación con los mensajes y una mayor elaboración cognitiva incitan a un procesamiento más crítico, la identificación con el personaje (que implica una pérdida temporal de la autoconciencia) muy probablemente conduciría a una lectura menos crítica del mensaje, es decir, que la identificación con el personaje bien podría incrementar la elaboración cognitiva al

constituir un proceso que genera implicación con el mensaje o bien reducir la reflexión crítica del mismo.

Por otro lado, múltiples investigaciones que han estudiado la identificación con los personajes y la persuasión narrativa han descubierto que cuando la identificación con el personaje se mide con escalas de autoinforme o si la narrativa es manipulada sutilmente (por ejemplo, variando la perspectiva desde la que se cuenta la historia) influye en las actitudes de las personas, es decir, es el mecanismo responsable de los procesos de persuasión narrativa (Igartua & Vega, 2014).

Sin embargo, al intentar probar de forma empírica si la identificación con el personaje reduce la contra-argumentación, los resultados son contradictorios. Tal es el caso que en la investigación de Moyer-Gusé et al. (2011), se concluyó que la identificación con el personaje se asoció de forma negativa con la contra-argumentación, mientras que en la investigación de Moyer-Gusé y Nabi (2010), los dos procesos no llegaron a asociarse de forma significativa entre sí.

Aunque un factor muy importante para determinar si existe o no identificación con los personajes es el sentimiento de cercanía a la realidad que estos poseen. Es así que Korres y Elexpuru Albizuri (2022) demuestran en su investigación: *“Youtubers: identificación y motivos de agrado de la audiencia”*, que en comparación o contraste con los personajes ficticios de los medios tradicionales, el hecho de que los *Youtubers* sean personas reales, favorece a la vinculación de los seguidores que los perciben como personas cercanas y accesibles.

Es por esta razón que los personajes presentados en el cortometraje deberán ser lo más cercano posible a la audiencia, es decir, deberán ser del mismo rango de edad e incluso deberán pertenecer al mismo grupo cultural. Para que estas similitudes sean percibidas por los espectadores es necesario el proceso del transporte narrativo.

## **1.4 Transporte Narrativo**

El transporte narrativo (Green & Brock, 2000) fue propuesto como el mecanismo principal para explicar la teoría de la persuasión narrativa.

Este proceso conduce al espectador a un estado de atención al relato en el que se activan varias imágenes mentales y se logra la implicación emocional; este es un estado

de inmersión al relato que permite experimentar sentimientos intensos o reacciones afectivas por los personajes del relato (Igartua et al., 2010).

Es común que exista cierta confusión entre los conceptos de identificación con el personaje y transporte narrativo, sin embargo, son conceptos distintos: el transporte narrativo hace referencia a la experiencia de sentirse dentro del relato, mientras que la identificación con el personaje hace referencia al proceso de tomar la perspectiva del personaje; no obstante, los dos procesos cumplen un rol fundamental dentro la persuasión narrativa (Moyer-Gusé, 2008a).

Camelo-Guarín et al. (2022) hallaron que la capacidad que tienen las personas para generar imágenes mentales aumenta el transporte narrativo y la identificación con los personajes cuando se utilizan mensajes escritos frente a mensajes audiovisuales, también contrastaron que la modalidad del mensaje no genera un impacto diferencial en el transporte ni en la identificación si las personas muestran baja capacidad para generar imágenes mentales.

Por otro lado, Irimiás et al. (2021) comprobaron en su investigación dirigida hacia el área turística que el transporte narrativo es un es un proceso gradual estructurado que, en su caso, va desde: el consumo de series de televisión que conducen al escapismo, el escapismo a la inmersión y de la inmersión a la intención de viajar.

Lo que en el caso del cortometraje podría ser: desde la reproducción del audiovisual a la proyección, de la proyección a la inmersión y de la inmersión a la disminución de la normalización de la violencia contra la mujer.

Sin embargo, para poder pasar de la inmersión (proporcionada por el transporte narrativo) a la disminución de la normalización, es importante que la audiencia además de identificarse con los personajes, puedan sentir autorreferencia; concepto que se explicará a continuación.

## **1.5 Autorreferencia**

La autorreferencia es un proceso en el que el espectador genera una conexión entre la información que recibe del relato o la narrativa y la información que almacena en su memoria sobre sí mismo, es decir, el espectador autorreferencial asocia lo descrito en el mensaje a aspectos de su propia vida y, mientras más conexiones genere entre sí mismo y la narrativa, su sentimiento de autorreferencia aumentará (De Graaf, 2022).

Además cabe recalcar que existe una estrecha relación entre la autorreferencia, la persuasión narrativa y la identificación con los personajes (Dunlop et al., 2010).

Chen et al. (2017) realizaron investigaciones en las que utilizaban narrativas de riesgo y demostraron que la autorreferencia estaba relacionada positivamente con las creencias sobre susceptibilidad al riesgo y la persuasión percibida de la narrativa.

Es decir, mientras los participantes más relacionaban la narrativa consigo mismos, tenían más creencias e intenciones consistentes con la historia.

Adicionalmente, Yim et al. (2021) investigaron cómo la autorreferencia generaba simulación mental en espectadores de anuncios publicitarios y descubrieron que la experiencia previa directa con el producto era un moderador significativo entre la autorreferencia y la simulación mental, pero no en relación entre la autorreferencia y la intención de compra.

En otras palabras, la experiencia previa es importante para generar las suficientes conexiones mentales que permiten sentir autorreferencia; que en el caso del filme podría indicar que no solo bastará del transporte narrativo, sino que la audiencia también debería tener una experiencia previa (ya sea propia o cercana) con casos de violencia contra la mujer para poder sentir autorreferencia.

En caso de que la audiencia no posea experiencia previa con casos de violencia, será necesario un estímulo manipulable para crear esa sensación de cercanía y, para lograr esto es necesario manipular la voz narrativa del guion literario.

## **1.6 Voz narrativa**

Cuando se habla de voz narrativa se hace referencia a la persona o personaje que está hablando, esto es, si una historia se cuenta desde el punto de vista de un personaje (o sea que el personaje es el narrador) se hablará en primera persona, mientras que si el narrador es una persona distinta que habla sobre el personaje lo hará en tercera persona (Genette, 1983).

González Cabrera (2019) demostró que el formato testimonial frente al dialógico indujo un mayor transporte narrativo en las adolescentes con nivel bajo de alfabetización mediática y ese mismo grupo de adolescentes al ver el formato testimonial percibieron mayor riesgo en la salud y en los estudios e incrementaron actitudes a comportamientos sexuales favorables.

Asimismo, los hallazgos de Or et al. (2023) sugieren que el punto de vista (POV) en primera persona realza la experiencia de una interacción real con el protagonista. Esto sucede incluso cuando el testimonio en primera persona es parte de un artículo de periódico escrito por un periodista.

Es bajo este contexto que la presente investigación incluye dos cortometrajes (que en esencia es uno solo) que contarán una historia de violencia, con las mismas escenas, pero con voz narrativa en primera persona en caso del filme 1 y en tercera persona en el filme 2.

Esto con el fin de analizar qué voz narrativa disminuye más la normalización de la violencia contra la mujer. Concepto que se profundiza a continuación.

## **1.7 Normalización de la violencia contra la mujer**

Al hablar de la normalización de la violencia contra la mujer se conceptualiza que esta va más allá de los actos físicos y psicológicos. Se puede hablar de un factor que ocurre ante la invisibilización de esta problemática debido a la estructura patriarcal existente en la sociedad (Evangelista, 2019).

En este contexto, las mujeres llegan a normalizar la dominación masculina por el uso de poder incluso desde que son niñas, siendo incapaces de reconocer si son víctimas de violencia (Pérez, 2020).

Según el estudio de Martínez (2021), las mujeres de 15 a 18 años normalizaron los componentes de celos como una prueba de amor. Por otro lado, en un estudio cualitativo con expertos sobre el tema, se confirmó que este constructo sí normaliza la violencia en adultos emergentes de entre 18 a 30 años (Lelaurain et al., 2021).

No solo existe la violencia física, también hay otros tipos de violencia. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) da a conocer que el 57,7% de las mujeres de 15 a 49 años de edad fueron víctimas de violencia psicológica, física y/o sexual, donde el 52,8% precisó que sufrió de violencia psicológica (Redacción EC, 2020).

Según la Organización Mundial de la Salud (2020), muy a menudo los efectos de la violencia perduran toda la vida. En otras palabras, la violencia, en todas sus formas, puede afectar al bienestar de la mujer para siempre. Además, que constituye una grave violación de los derechos humanos de esta, independientemente de cuándo, dónde y cómo se produzca.

Según Martín-Salvador et al. (2021) en su investigación: “*Dating violence: Idealization of love and romantic myths in Spanish adolescents*”, entre los jóvenes es muy común la idealización del amor como consecuencia de la cultura y sociedad, que los llevan a desarrollar relaciones disfuncionales que, de alguna manera, favorecen y facilitan la violencia de pareja y las ideas sexistas en la vida cotidiana. La educación es la herramienta básica para erradicar la discriminación y la violencia contra las mujeres.

## 1.8 Objetivos de investigación e Hipótesis

**Objetivo general:** Determinar la influencia del cortometraje “¿Y si terminamos?” en la normalización de la violencia contra la mujer.

### Objetivos específicos:

- Escribir un guion que ayude a visibilizar situaciones de violencia contra la mujer.
- Crear personajes que ayuden a la audiencia a reconocer situaciones de violencia.
- Elaborar un cortometraje que ayude a disminuir la normalización de la violencia contra la mujer.
- Identificar el nivel de identificación, transporte y autorreferencia.
- Determinar el siguiente modelo:

### Figura 1

*Modelo teórico de persuasión a través de un corto de ficción*



Adicionalmente, se formulan las siguientes hipótesis:

**H1:** El cortometraje en primera persona vs. tercera persona incrementará la identificación con la protagonista (h1a), la autorreferencia (h1b) y el transporte narrativo (h1c).

**H2:** El cortometraje narrado en primera persona vs. el cortometraje narrado en tercera persona provocará una disminución de la normalización de la violencia contra la mujer.

## **Conclusiones del capítulo**

En este primer capítulo se ha revisado la situación de las mujeres ecuatorianas que experimentan violencia y la razón por la que esta es una problemática social que repercute de varias formas en el desarrollo de la sociedad del país.

Se ha analizado el material bibliográfico sobre la teoría base de la investigación y los resultados de investigaciones que se han realizado actualmente.

Adicionalmente se ha profundizado en las estrategias que forman parte de la persuasión narrativa y cómo estas serán de ayuda en la elaboración de los cortometrajes.

En suma, se finaliza el capítulo con los objetivos de investigación y las hipótesis formuladas.

## CAPÍTULO 2

### 2. METODOLOGÍA

La investigación constó de dos etapas. En primer lugar, se realizaron dos cortometrajes como productos artísticos que abordaron temas como la violencia contra la mujer y la normalización de la misma, dichos cortometrajes fueron los estímulos experimentales de la investigación.

La producción de los cortometrajes constó de tres fases: preproducción, producción y postproducción. El tema principal fue evidenciar la existencia de la violencia física, mental o emocional que afecta a las relaciones de pareja hasta la actualidad; para lograr esto se elaboró un guion técnico (véase Anexo 1).

#### Figura 2

*Etapa de preproducción, guion técnico*

Guion			
Narrativa	Imágenes	Audio	Tiempo
Nadie me había regalado tantas rosas antes,	Se ve a Ana acomodando rosas en un florero para la sala.	Canción: Sonata para piano n.º 14 de Ludwig van Beethoven y la narración.	4 segundos.
soy muy afortunada por tener a Pedro, él me ama y me escucha.	Ana lleva un tazón de canguil para Pedro mientras él ve fútbol, se sienta a su lado, él la abraza y ella empieza a hablarle.	La narración acompañada de la canción.	8 segundos.
Aunque a veces olvido que al ser hombre necesita más espacio.	Pedro suelta bruscamente a Ana y la hace callar mientras sujeta sus mejillas y le empuja el rostro.	La narración acompañada de la canción.	7 segundos.

### Figura 3

*Etapa de producción*



Al ser una investigación bajo enfoque cuantitativo, alcance causal-explicativo y de diseño experimental, el muestreo fue a conveniencia. Este tipo de muestreo se utiliza comúnmente en investigaciones experimentales y de inferencia de procesos, donde describir a la población no es el interés principal del investigador, si no, observar si la hipótesis planteada se cumple (Maas & Bonomi, 2021).

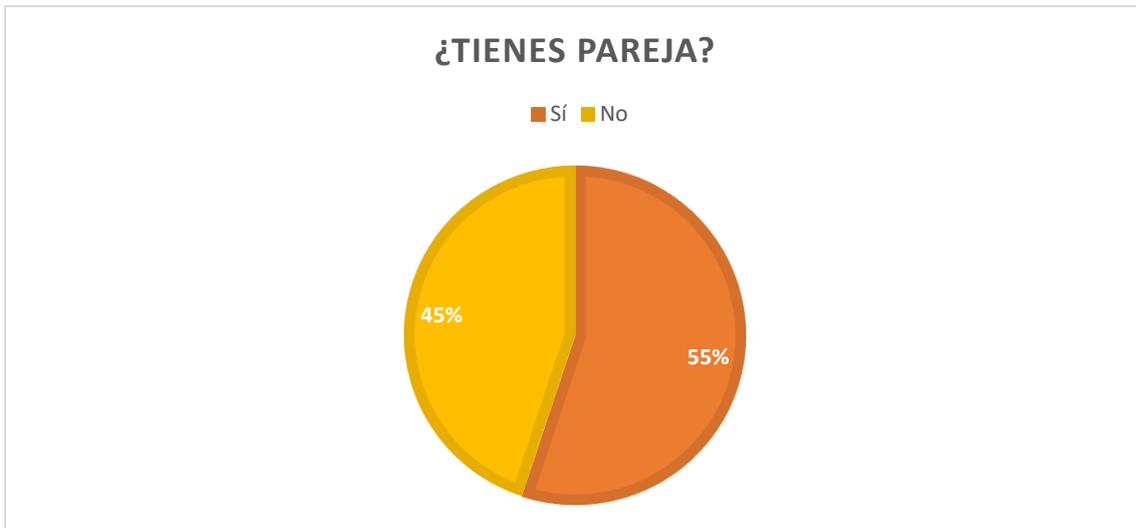
En segundo lugar, se elaboraron dos cuestionarios online, los mismos se pueden observar en la sección medidas y completos en [Anexo 2](#), de esta forma se pudieron contrastar las hipótesis de efectos causales planteadas en el diseño experimental.

#### 2.1 Participantes

En la investigación participaron 158 mujeres entre 15 y 69 años, ( $M=26,65$  años,  $DT=10,42$ ). De las 158 participantes, 155 indicaron identificarse con el género femenino (98,1%), mientras que 3 indicaron identificarse con otro género (1,9%). La mayoría de las participantes indicaron no haber vivido situaciones de violencia con su pareja (78,5%), asimismo, 87 participantes señalaron tener pareja (55,1%), frente a 71 participantes que señalaron estar solteras (44,9%). En cuanto a sus ocupaciones, el 44,3% indicaron estudiar, el 25,3% trabajan, el 24,1% estudian y trabajan y el 6,3% indicaron no dedicarse a nada por el momento.

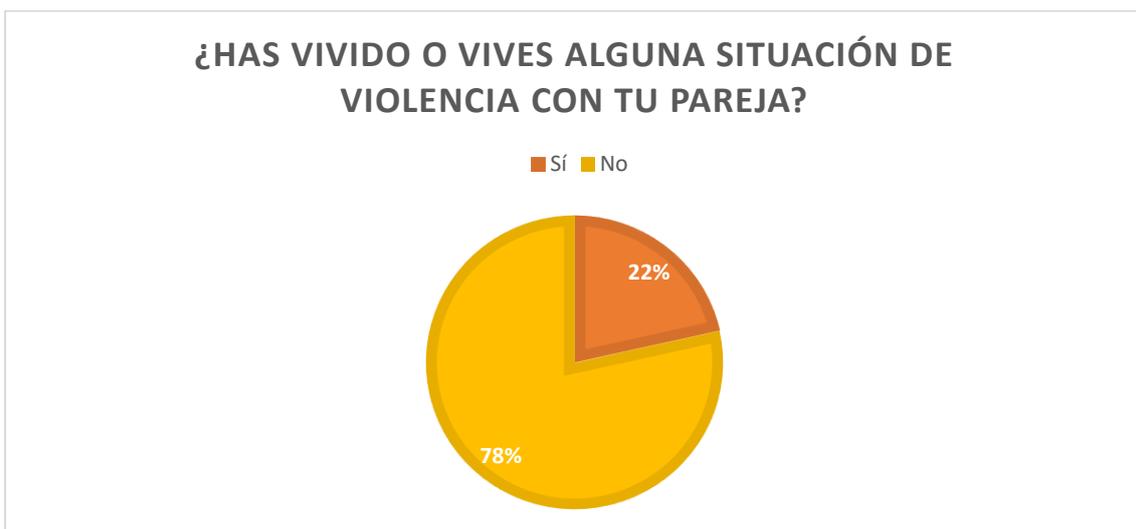
**Figura 4**

*Estado amoroso de las participantes*



**Figura 5**

*Participantes que han sufrido violencia*



Las participantes completaron los cuestionarios que medían las variables que explican el proceso de persuasión narrativa: similitud, identificación con la protagonista, disfrute, realismo, contra-argumentación, autorreferencia, transporte narrativo, y más la variable dependiente, la normalización de la violencia contra la mujer.

Es importante aclarar que una de las intenciones de la investigación era medir qué tanto las mujeres normalizaban la violencia y por tal razón se escogió únicamente a mujeres como participantes del estudio.

## 2.2 Estímulo

Como se puede ver en la Figura 6, la manipulación en la variable independiente “video” fue en la característica del texto, específicamente, se manipuló la voz narrativa. Se elaboraron dos bandas sonoras, en la primera Ana, la protagonista, contó su historia en primera persona (estímulo A) y la segunda utilizó la voz narrativa en tercera persona (estímulo B), como si alguien contara la historia de Ana. Los dos cortometrajes utilizaron el mismo material visual y tuvieron la misma duración. Véase los cortos en <https://n9.cl/16kgo>

**Figura 6**

*Manipulación del estímulo*

<b>Primera persona</b>	<b>Tercera Persona</b>
Nadie me había regalado tantas rosas antes, soy muy afortunada por tener a Pedro, él me ama y me escucha. Aunque a veces olvido que al ser hombre necesita más espacio.	A Ana nadie le había regalado tantas rosas antes, es muy afortunada por tener a Pedro, él la ama y la escucha. Aunque a veces olvida que es hombre y necesita más espacio.
A veces discutimos como todas las parejas y debo reconocer que casi siempre es por mis dramas, pero él siempre regresa con rosas para pedirme perdón, aunque no haya sido su culpa.	A veces discuten como todas las parejas, casi siempre por los dramas de Ana, pero Pedro siempre regresa con rosas para pedirle perdón, incluso cuando no es su culpa.
Siempre se preocupa por mi seguridad, me llama constantemente para saber dónde estoy y con quién. Cuando no puedo contestar sus llamadas se enfurece, pero sé que solo es porque quiere protegerme.	Pedro siempre se preocupa mucho por ella, la llama constantemente para saber dónde está y con quién. Cuando ella no contesta sus llamadas él se enfurece, pero solo porque quiere protegerla.
Hace un mes peleamos y me golpeó por accidente. Al siguiente día llegó con rosas, se disculpó y prometió que no volvería a pasar.	Hace un mes pelearon y Pedro golpeó a Ana por accidente. Al siguiente día llegó con rosas, se disculpó y prometió que no volvería a pasar.

## 2.3 Procedimiento

Las participantes fueron asignadas aleatoriamente a dos grupos, 79 de ellas al grupo de tratamiento donde respondieron el cuestionario 1, mismo que contenía el estímulo A (el cortometraje narrado en primera persona); mientras que, otras 79 al

segundo grupo de tratamiento donde respondieron el cuestionario 2, que contenía el estímulo B (el cortometraje narrado en tercera persona).

Los cortometrajes narraron la historia de la relación de Ana y Pedro (los protagonistas) y cómo los actos de violencia fueron escalando a medida que se dejaron pasar y/o se normalizaron.

## **2.4 Instrumento y medidas**

Para la validación de la investigación se elaboraron dos cuestionarios online para obtener datos que fueron tratados con el software estadístico SPSS v.25.

Ambos cuestionarios incluyeron las mismas medidas detalladas a continuación:

### **2.4.1 Similitud**

Se midió a través de la escala propuesta por Igartua et al. (2017) y contiene cuatro ítems tales como: “¿Cuántas cosas en común tengo con Ana?”. La escala es de siete puntos tipo Likert (1=Nada, 7=Mucho) ( $M=2,20$ ;  $DT=1.32$ ;  $\alpha=0,88$ ).

### **2.4.2 Identificación con el personaje**

Se evaluó la identificación con el personaje de Ana con la escala de Igartua y Barrios (2012), formada por 12 ítems como: “Me he sentido involucrada afectivamente con los sentimientos de Ana”: desde 1=Nada hasta 5=Mucho ( $M=2,72$ ;  $DT=0,86$ ;  $\alpha=0,90$ ).

### **2.4.3 Disfrute**

Se empleó la escala de Tal-Or y Cohen (2010), compuesta por tres ítems como: “A pesar de la temática, disfruté del cortometraje”. La escala es de cinco puntos tipo Likert (1=Muy en desacuerdo, 5=Muy de acuerdo) ( $M=4,40$ ;  $DT=0,87$ ;  $\alpha=0.86$ ).

### **2.4.4 Realismo**

Para medir qué tan real les pareció el cortometraje a las participantes, se utilizó la escala propuesta por Tal-Or y Cohen (2010), la escala está compuesta por tres ítems, entre ellos: “El video refleja los problemas que las chicas encuentran en sus relaciones”; desde 1=Muy en desacuerdo hasta 5=Muy de acuerdo ( $M=4,45$ ;  $DT=0.94$ ;  $\alpha=0.94$ ).

### **2.4.5 Contra-argumentación**

Fue medida a través de la escala propuesta por Moyer-Gusé y Nabi (2010), la encuesta tuvo cuatro ítems, tales como: “Sentía que quería criticar o mostrar mi desacuerdo con la forma de mostrar la historia de Ana”. La escala es de cinco puntos tipo Likert (1=Nada, 5=Mucho) ( $M=2,16$ ;  $DT=0,97$ ;  $\alpha=0,82$ ).

### **2.4.6 Autorreferencia**

Se usó la escala de Dunlop et al. (2010), compuesta de cuatro ítems como: “¿Cuánto te hizo pensar esta historia sobre ti y tus relaciones de pareja?”. La escala es de cinco puntos tipo Likert (1=Nada, 5=Mucho) ( $M=2,69$ ;  $DT=1,06$ ;  $\alpha=0,86$ ).

### **2.4.7 Transporte Narrativo**

Se adaptó la escala de Green y Brock (2000). La escala constó de siete ítems, tales como: “Me imaginé que yo era parte de la historia”, fue de siete puntos tipo Likert (1=No, 7=Mucho) ( $M=4,81$ ;  $DT=1,41$ ;  $\alpha=0,78$ ).

### **2.4.8 Normalización de la Violencia contra la Mujer**

Se usó la escala propuesta por Rodelli et al. (2021), esta midió la normalización de violencia de género de las participantes con afirmaciones sobre violencia de género. Consta de 18 ítems, entre ellos: “Sentirse celoso o posesivo de una mujer es una señal del amor de un hombre”. La escala es de cinco puntos de tipo Likert (1=Nada, 5=Mucho) ( $M=1,50$ ;  $DT=0,52$ ;  $\alpha=0,86$ ).

## CAPÍTULO 3

### 3. RESULTADOS

#### 3.1 Análisis preliminar

Para empezar, se analizó si existían diferencias estadísticamente significativas entre los dos grupos en la única variable sociodemográfica “edad”, y así comprobar que las muestras fueron homogéneas y hubo una correcta aleatorización.

A través de una prueba T de Student de muestras independientes se comprobó que no hubo diferencia en los dos grupos experimentales por edad [ $M_{1^{a}voz}= 26,86$ ,  $DT= 10,86$ ;  $M_{3^{a}voz}= 26,43$ ,  $DT= 10,03$ ;  $t(156)= 0.259$ ,  $p= 0.796$ ]. Por lo tanto, la muestra estuvo aleatorizada de forma adecuada en los dos estímulos.

Adicionalmente, se realizó una pregunta para comprobar si las participantes se daban cuenta del estímulo (1ª voz vs., 3ª voz) “En el cortometraje ¿quién contaba la historia?”, las participantes debían responder: Ana o la amiga de Ana.

Se obtuvo una asociación estadísticamente significativa [ $X^2(N= 158,1) = 41,461$ ,  $p= 0.000$ ], es decir, 74 (93.7%) de las 79 participantes que vieron el corto narrado en primera persona sí respondieron que era Ana quien lo contaba, solamente 5 (6,3%) se confundieron. Mientras que 42 (53,2%) de las 79 participantes que vieron el corto narrado en tercera persona indicaron que lo narraba “la amiga de Ana” y 37 (46,8%) señalaron que era Ana. El no reconocer el estímulo de la narración en 3ª persona puede deberse a las falencias alrededor del lenguaje y la comprensión lectora que presenta el modelo de educación del Ecuador (Jiménez et al., 2020).

Luego se verificó que las variables del estudio correlacionen entre sí, paso previo para el contraste de hipótesis. Cabe indicar que solamente la identificación con la protagonista se correlacionó con la contra-argumentación, pero de manera positiva, lo que no cumple con el modelo EOLM de Moyer-Gusé (2008b). Esto se discute en el siguiente capítulo.

Por otra parte, los dos mecanismos importantes (transporte e identificación) que explican el proceso de persuasión narrativa, sí correlacionan entre sí. Véase Tabla 1 para comprobar las otras correlaciones.

**Tabla 1**

*Correlaciones entre las variables de recepción y la voz narrativa (manipulación del estímulo)*

V. RECEPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) Similitud	-	.584***	.139*	.024	.114+	.636***	.251**	.131+
(2) Identificación		-	.381***	.245**	.152*	.774***	.548***	-.086
(3) Disfrute			-	.490***	-.058	.231**	.616***	-.210**
(4) Realismo				-	-.073	.126+	.323***	-.208**
(5) Contra-argumentación					-	.138*	.036	.173*
(6) Autorreferencia						-	.437***	-.042
(7) Transporte							-	-.180*
(8) Normalización								-

### 3.2 Contraste de hipótesis

Para el contraste de la H1: “El cortometraje en primera persona vs., tercera persona incrementará la identificación con la protagonista (H1a), la autorreferencia (H1b) y el transporte narrativo (H1c)”, así como para el de la H2: “El cortometraje narrado en primera persona vs., el cortometraje narrado en tercera persona provocará una disminución de la normalización de la violencia contra la mujer”, se utilizó una prueba T de Student de muestra independiente, en la que se halló que sí existen diferencias estadísticamente significativas en los promedios de las variables del proceso de recepción: identificación con la protagonista, autorreferencia y el transporte narrativo por tipo de estímulo.

Estos hallazgos indican que la tercera voz narrativa resultó mucho mejor que la primera voz. Se puede comprobar en la Tabla 2 que las otras variables que se incluyen en el proceso de la persuasión narrativa también obtuvieron mejor resultado en las participantes que vieron el cortometraje narrado en tercera persona.

Por otra parte, no se obtuvo diferencia estadísticamente significativa en la variable del resultado (normalización de la violencia contra la mujer) por tipo de voz narrativa (véase Tabla 2).

**Tabla 2***Diferencia de las variables de estudio por tipo de voz narrativa (1ª vs., 3ª)*

<i>Variables Recepción</i>	<i>Voz narrativa/manipulación</i>				<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
	<i>Primera voz</i>		<i>Tercera voz</i>				
	<i>M</i> <i>(n= 79)</i>	<i>DT</i>	<i>M</i> <i>(n =79)</i>	<i>DT</i>			
Similitud	2.02	1.27	2.38	1.36	-1.702	156	0.091
Identificación	2.60	0.94	2.84	0.76	-1,767	156	0.079
Disfrute	4.24	1.00	4.55	0.70	-2,244	139,649	0.026
Realismo	4.17	1.19	4.73	0.47	-3,820	101,560	0.000
Contra-argumentación	2.29	1.01	2.02	0.91	1,771	156	0.078
Autorreferencia	2.62	1.04	2.77	1.08	-0.900	156	0.370
Transporte	4.57	1.56	5.04	1.20	-2.098	146,108	0.038
Normalización	1.54	0.54	1.46	0.50	0.949	156	0.344

## CAPÍTULO 4

### 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la influencia del cortometraje “¿Y si terminamos?” en la normalización de la violencia contra la mujer. El presente trabajo supone una novedad por los resultados obtenidos en cuanto a la manipulación de la voz narrativa.

Inicialmente se planteó que las participantes del grupo de tratamiento pertenecientes al estímulo de la voz narrativa en primera persona se identificarían más con la protagonista, su nivel de autorreferencia sería mayor y que se transportarían más con la historia, en contraste con las participantes que entraron al grupo de tratamiento del estímulo en 3ª voz narrativa. Sin embargo, los resultados demostraron que ocurrió lo contrario a lo hipotetizado, las medidas de la similitud, identificación con Ana, transporte narrativo, disfrute y realismo, resultaron más altas en quienes vieron el segundo estímulo. En algunos casos la diferencia de medias resultó marginalmente estadística, pero en el caso del transporte, del disfrute y realismo esta diferencia resultó estadísticamente significativa.

La investigación posiblemente arroja estos resultados por la temática de los cortometrajes, es decir, las participantes no quieren autoperibirse como mujeres violentadas (Lillie et al., 2021), por ello, las medidas de la similitud, autorreferencia e identificación con la protagonista violentada son más bajas que el punto medio teórico (3). Igartua et al. (2020) indican que la característica más importante de la voz narrativa en primera persona es la sensación de cercanía que genera con la audiencia, es contar lo que sucedió en primera persona; por lo que, si se trata de una historia de violencia física, emocional y psicológica, al parecer, las participantes del estudio prefirieron sentirse ajenas a la historia.

Por otro lado, cabe indicar que el cortometraje en sí, provocó realismo, es decir, las participantes sí reconocieron que las situaciones planteadas pueden suceder en la vida diaria, además, se transportaron con la historia y la disfrutaron a pesar de la temática.

En cuanto a la normalización de la violencia contra la mujer, no se obtuvo diferencia en los dos grupos de tratamiento experimental, pero cabe señalar que sí se

encontraron correlaciones con las variables del proceso de persuasión narrativa, es decir, mientras más se transportaron con la historia, más disfrutaron y la vieron real, menos normalizaron la violencia contra la mujer, además se obtuvo una correlación positiva con la contra-argumentación, quienes más contra-argumentaron el mensaje preventivo, más normalizaron la violencia contra la mujer (véase Tabla 1).

Como se mencionó anteriormente, los hallazgos de esta investigación suponen una novedad, en especial con relación al estudio de la influencia de la voz narrativa, esto porque los resultados no son similares a investigaciones pasadas que han demostrado que las narraciones en primera persona son más efectivas que aquellas narradas en tercera persona (Igartua et al., 2017, 2020; Kaufman & Libby, 2012). Sin embargo, Igartua et al. (2017) descubrieron que la manipulación de la voz narrativa influye solo en ciertas condiciones de recepción y sugirieron explorar las condiciones específicas en las cuales se puede incrementar el efecto de la similitud.

Ahora bien, hubo varias limitaciones para este estudio empezando por la dificultad de las participantes para reconocer las voces narrativas, sin embargo, es una variable que el investigador no podría controlar, debido a que depende del modelo educativo del país; para investigaciones similares se recomienda añadir homogéneamente a los grupos de tratamiento participantes internacionales o explicarles previamente la diferencia entre voz narrativa en primera y tercera persona. Esta limitación se percibió al realizar el trabajo de campo, las participantes decían cosas como: “Puede ser Ana contando la historia, pero le da vergüenza que sepa que es ella”.

Otra limitación se debe al nivel de experiencia actoral de los protagonistas, para aproximaciones futuras se sugiere ampliar el presupuesto para poder acceder a personal actoral más capacitado y con mayor experiencia.

Al aplicar un estudio similar se sugiere añadir variables que puedan influir en los resultados como la intención de pedir ayuda y el empoderamiento femenino. Estas son algunas sugerencias que se animan a ser implementadas en investigaciones futuras.

## REFERENCIAS

- Camelo, A., González Cabrera, C. del R., & Vargas, E. (2021). El rol de la persuasión narrativa en el Edu-Entretenimiento para mejorar la salud en América Latina. *Obra digital: revista de comunicación*, 21, 149-168. <https://doi.org/10.25029/od.2021.305.21>
- Camelo-Guarín, A., Igartua, J.-J., Vega-Casanova, J., Palacio-Sañudo, J. E., Camelo-Guarín, A., Igartua, J.-J., Vega-Casanova, J., & Palacio-Sañudo, J. E. (2022). Edu-entretenimiento y prevención del VIH-SIDA. Procesos de moderación y mediación. *Cuadernos.info*, 51, 268-287. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.29287>
- Castro, R., & Vázquez, V. (2008). La Universidad como espacio de reproducción de la violencia de género. Un estudio de caso en la Universidad Autónoma Chapingo, México. *Estudios Sociológicos*, 26, 587-616. <https://n9.cl/nj5zd>
- Chen, M., Bell, R. A., & Taylor, L. D. (2017). Persuasive Effects of Point of View, Protagonist Competence, and Similarity in a Health Narrative About Type 2 Diabetes. *Journal of Health Communication*, 22(8), 702-712. <https://doi.org/10.1080/10810730.2017.1341568>
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403_01)
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characteres. *Psychology of Entertainment*, 13, 183-197. <https://n9.cl/49t3v>
- De Graaf, A. (2022). The role of identification and self-referencing in narrative persuasion. *Communications*, 1, 1-17. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0029>

- Dunlop, S. M., Wakefield, M., & Kashima, Y. (2010). Pathways to Persuasion: Cognitive and Experiential Responses to Health-Promoting Mass Media Messages. *Communication Research*, 37(1), 133-164.  
<https://doi.org/10.1177/0093650209351912>
- Evangelista, A. (2019). Normalización de la violencia de género cómo obstáculo metodológico para su comprensión. *Nómadas*, 51, 85-97.  
<https://doi.org/10.30578/nomadas.n51a5>
- Genette, G. (1983). *Narrative Discourse: An Essay in Method*. Cornell University Press.  
<https://n9.cl/ly20v>
- González-Cabrera, C. (2019). Efectos de la modalidad narrativa en la prevención del embarazo adolescente. Modelos de moderación y de mediación moderada. [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca].  
<https://doi.org/10.14201/gredos.140418>
- Green, M., & Brock, T. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701-721.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
- Green, M., & Brock, T. (2005). Persuasiveness of Narratives. En *Persuasion: Psychological insights and perspectives, 2nd ed* (pp. 117-142). Sage Publications, Inc. <https://psycnet.apa.org/record/2005-02095-006>
- Igartua, J. J., Barrios, I., Salas, S., & Piñeiro, V. (2010, febrero). *Persuasión a través del cine. Un estudio experimental sobre la recepción e impacto de la película “Camino”*. II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), Málaga. <https://n9.cl/2elos>
- Igartua, J.-J., & Barrios, I. (2012). Changing Real-World Beliefs With Controversial Movies: Processes and Mechanisms of Narrative Persuasion. *Journal of*

*Communication*, 62(3), 514-531. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01640.x>

- Igartua, J.-J., Rodríguez-Contreras, L., Marcos-Ramos, M., González-de-Garay, B., & Frutos, F. J. (2020). Prevención del tabaquismo con mensajes narrativos. Estudio experimental sobre el efecto conjunto de la similitud con el protagonista y la voz narrativa. *Adicciones*, 33(3), Article 3. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1339>
- Igartua, J.-J., & Vega, J. (2014). Processes and mechanisms of narrative persuasion in entertainment-education interventions through audiovisual fiction: The role of identification with characters. *Proceedings of the Second International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*, 311-316. <https://doi.org/10.1145/2669711.2669916>
- Igartua, J.-J., Wojcieszak, M., Cachón-Ramón, D., & Guerrero-Martín, I. (2017). “Si te engancha, compártela en redes sociales”. Efectos conjuntos de la similitud con el protagonista y el contacto imaginado en la intención de compartir una narración corta a favor de la inmigración. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, Article 72. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1209>
- INEC. (2019). *Violencia de Género*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/violencia-de-genero/>
- Irimiás, A., Mitev, A. Z., & Michalkó, G. (2021). Narrative transportation and travel: The mediating role of escapism and immersion. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100793. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100793>
- Jiménez, L. O., López, M. N., Freire, J. C., & Cabrera, J. R. (2020). Importancia de las estrategias didácticas y metodológicas en las dificultades de comprensión lectora, el lenguaje y comunicación. *Explorador Digital*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i3.1322>

- Kaufman, G. F., & Libby, L. K. (2012). Changing beliefs and behavior through experience-taking. *Journal of Personality and Social Psychology*, *103*(1), 1-19. <https://doi.org/10.1037/a0027525>
- Korres, O., & Elexpuru Albizuri, I. (2022). Youtubers: Identificación y motivos de agrado de la audiencia. *Icono14*, *20*(1), 3. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1761>
- Lelaurain, S., Fonte, D., Giger, J.-C., Guignard, S., & Lo Monaco, G. (2021). Legitimizing Intimate Partner Violence: The Role of Romantic Love and the Mediating Effect of Patriarchal Ideologies. *Journal of Interpersonal Violence*, *36*(13-14), 6351-6368. <https://doi.org/10.1177/0886260518818427>
- Lillie, H. M., Jensen, J. D., Pokharel, M., & Upshaw, S. J. (2021). Death Narratives, Negative Emotion, and Counterarguing: Testing Fear, Anger, and Sadness as Mechanisms of Effect. *Journal of Health Communication*, *26*(8), 586-595. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1981495>
- Maas, M. K., & Bonomi, A. E. (2021). Love Hurts?: Identifying Abuse in the Virgin-Beast Trope of Popular Romantic Fiction. *Journal of Family Violence*, *36*(4), 511-522. <https://doi.org/10.1007/s10896-020-00206-9>
- Martínez, V. (2021). Amor romántico y violencia en la etapa adolescente en Granada. *Revista de Cultura de paz*, *5*, 157-172. <https://n9.cl/lzz8c>
- Martín-Salvador, A., Saddiki-Mimoun, K., Pérez-Morente, M. Á., Álvarez-Serrano, M. A., Gázquez-López, M., Martínez-García, E., & Fernández-Gómez, E. (2021). Dating Violence: Idealization of Love and Romantic Myths in Spanish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(10), 5296. <https://doi.org/10.3390/ijerph18105296>

- Moyer-Gusé, E. (2008a). Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages. *Communication Theory*, 18(3), 407-425. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00328.x>
- Moyer-Gusé, E. (2008b). Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages. *Communication Theory*, 18(3), 407-425. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00328.x>
- Moyer-Gusé, E., Chung, A. H., & Jain, P. (2011). Identification With Characters and Discussion of Taboo Topics After Exposure to an Entertainment Narrative About Sexual Health. *Journal of Communication*, 61(3), 387-406. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01551.x>
- Moyer-Gusé, E., & Nabi, R. (2010). Explaining the Effects of Narrative in an Entertainment Television Program: Overcoming Resistance to Persuasion. *Human Communication Research*, 36(1), 26-52. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2009.01367.x>
- Or, S., Meir, N., Ron, D., Livio, O., Tsfati, Y., & Tal-Or, N. (2023). The Impact of Testimony Journalism on Audience Engagement: An Experimental Investigation of the Effects of Point of View. *Journalism Studies*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2173957>
- Organización Mundial de la Salud. (2020, abril 15). *Preguntas y respuestas: Violencia contra la mujer durante la pandemia de COVID-19*. Organización Mundial de la Salud. <https://n9.cl/p6taj>
- Pérez, I. (2020). La normalización de la violencia de género en la adultez emergente a través del mito del amor romántico=The normalization of gender violence in emerging adulthood through the myth of romantic love. *Cuestiones de género:*

*de la igualdad y la diferencia*, 15, Article 15.

<https://doi.org/10.18002/cg.v0i15.6045>

Redacción EC. (2020, junio 8). Inei: 57,7% de mujeres fue víctima de violencia

psicológica, física y sexual en el 2019. *El Comercio*. <https://n9.cl/i7u9f>

Rodelli, M., Koutra, K., Thorvaldsdottir, K. B., Bilgin, H., Ratsika, N., Testoni, I., &

Saint Arnault, D. M. (2021). Conceptual Development and Content Validation

of a Multicultural Instrument to Assess the Normalization of Gender-Based

Violence against Women. *Sexuality & Culture*, 26(1), 26-47.

<https://doi.org/10.1007/s12119-021-09877-y>

Shen, L., Seung, S., Andersen, K. K., & McNeal, D. (2018). The psychological

mechanisms of persuasive impact from narrative communication. *Studies in*

*Communication Sciences*, 17(2). <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2017.02.003>

Tal-Or, N., & Cohen, J. (2010). Understanding audience involvement: Conceptualizing

and manipulating identification and transportation. *Poetics*, 38(4), 402-418.

<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2010.05.004>

Yim, M. Y.-C., Kim, Y. K., & Lee, J. (2021). How to easily facilitate consumers'

mental simulation through advertising: The effectiveness of self-referencing

image dynamics on purchase intention. *International Journal of Advertising*,

40(5), 810-834. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1801014>

# ANEXOS

## Anexo 1: Guion técnico

### Guion

Narrativa	Imágenes	Audio	Tiempo
Nadie me había regalado tantas rosas antes,	Se ve a Ana acomodando rosas en un florero para la sala.	Canción: Sonata para piano n.º 14 de Ludwig van Beethoven y la narración.	4 segundos.
soy muy afortunada por tener a Pedro, él me ama y me escucha.	Ana lleva un tazón de canguil para Pedro mientras él ve fútbol, se sienta a su lado, él la abraza y ella empieza a hablarle.	La narración acompañada de la canción.	8 segundos.
Aunque a veces olvido que al ser hombre necesita más espacio.	Pedro suelta bruscamente a Ana y la hace callar mientras sujeta sus mejillas y le empuja el rostro.	La narración acompañada de la canción.	7 segundos.
A veces discutimos como todas las parejas y debo reconocer que casi siempre es por mis dramas,	Se ve a Ana y Pedro discutir, ella se cubre el rostro con las manos y se limpia las lágrimas mientras él sigue gritando.	La narración acompañada de la canción.	7 segundos.
pero él siempre regresa con rosas para pedirme perdón,	Ana abre la puerta de la casa y ve a Pedro sosteniendo un	La narración acompañada de la canción.	12 segundos.

aunque no haya sido su culpa.	ramo de rosas, Ana acepta el ramo emocionada, Pedro le sonríe y se abrazan.		
Siempre se preocupa por mi seguridad, me llama constantemente para saber dónde estoy y con quién.	1. Plano detalle de las llamadas perdidas de Pedro.	La narración acompañada de la canción.	7 segundos.
Cuando no puedo contestar sus llamadas se enfurece, pero sé que solo es porque quiere protegerme.	Se ve a Pedro alterado mostrándole a Ana el registro de llamadas, Ana le explica y Pedro la sujeta de la cabeza para acercarla mientras la abraza.	La narración acompañada de la canción.	8 segundos.
Hace un mes peleamos y me golpeó por accidente.	Ana y Pedro gritándose, él la toma del cabello y la golpea.	La narración acompañada de la canción.	4 segundos.
Al siguiente día llegó con rosas, se disculpó y prometió que no volvería a pasar.	Ana viéndose al espejo intenta maquillar su ojo golpeado, Pedro aparece con un ramo de rosas y se disculpa; Ana mueve la cabeza en señal afirmativa y se abrazan.	La narración acompañada de la canción.	12 segundos.

No le gusta que pase mucho tiempo con mis amigas, dice que ellas solo quieren separarnos.	Ana y sus amigas ríen mientras cocinan, llega Pedro, habla con Ana y echa a sus amigas de la casa.	La narración acompañada de la canción.	8 segundos.
Por eso evito verlas seguido o contestar sus llamadas y mensajes, además, empiezo a ver que nos quieren separar.	1. Plano detalle al celular de Ana, se ven las llamadas de sus amigas y los mensajes de que deberían terminar.	La narración acompañada de la canción.	10 segundos.
	2. Primer plano de Ana leyendo los mensajes y apartando el celular.		
Hoy planeaba tomar café con un amigo del trabajo, pero olvidé avisarle a tiempo y lo descubrió leyendo los mensajes de mi celular.	Se ve a Ana peinándose, Pedro entra furioso, le enseña el celular y empieza a golpearla.	La narración acompañada de la canción.	14 segundos.
	Plano general de Pedro golpeando a Ana mientras tira las rosas del florero a su paso.	Se detiene la narración, pero continua la canción.	
	Primerísimo primer plano de Ana muerta en el suelo con un par de rosas cerca. Se abre el plano y	Se detiene la música en el último golpe.	11 segundos.

	manteniendo el enfoque en Ana se ve a Pedro empezar a arrastrar el cuerpo.		
Esta nunca fue una relación sana, me habría gustado detenerla a tiempo, pero ya es muy tarde para mí... o quizás...	Fondo negro, imágenes en retroceso hasta la escena del sillón y el partido de fútbol.	- Narración - Sonido de rebobinar cinta	2 segundos.
	Ana se zafa del agarre de Pedro, apaga el televisor y echa a Pedro de su casa.	Canción: Querida muerte de Renee Goust.	9 segundos.
	Mientras Pedro sale por la puerta principal Ana le tira las rosas.	La canción se extiende hasta los créditos.	
<b>Frase:</b> "Por cada manifestación de violencia, hay una rosa en busca de perdón"	Se difumina la escena en blanco y negro y aparece la frase final.		15 segundos.
	Créditos en fondo negro.		36 segundos.

## Anexo 2: Cuestionario y consentimiento informado

### CUESTIONARIO

La presente investigación busca comprender tus actitudes, conocimientos y percepciones sobre el cortometraje que verás a continuación. Es necesario que contestes todo el cuestionario sin dejar de responder a ninguna de las preguntas, recuerda que no existen respuestas incorrectas, todas son perfectamente válidas.

Los datos que proporcionas serán confidenciales y se usarán únicamente con fines académicos, en ningún momento se mencionará tu información personal.

Al continuar con este cuestionario comprendes que tu decisión de participar es voluntaria y prestas tu consentimiento para la recolección de datos y la realización de esta investigación.

¡Gracias por tu participación!

1. Género	2. Edad	3. Tienes Pareja	4. A qué te dedicas	
1. Femenino		1. Sí	Estudio	
2. Otro		2. No	Trabajo	
			Estudio y trabajo	

5. ¿Has vivido o vives alguna situación de violencia con tu pareja? (Ya sea violencia física, psicológica, financiera o emocional)

- Sí
- No

6. En el cortometraje, ¿quién contaba la historia?

Ana	
Una amiga de Ana	

7. Piensa en el cortometraje que acabas de ver. Ahora recuerda cómo era Ana y responde del 1=nada al 7=mucho, qué tanto tienes en común con ella:

Del 1 al 7, de nada a mucho ¿cuántas cosas en común tengo con Ana?



<b>Nada</b>	1	2	3	4	5	6	7	<b>Mucho</b>
-------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Del 1 al 7, de nada a mucho ¿cuánto se parece alguna relación que he tenido y/o tengo con la de Ana?

<b>Nada</b>	1	2	3	4	5	6	7	<b>Mucho</b>
-------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Del 1 al 7, de nada a mucho ¿cuánto me parezco a Ana en su forma de actuar?

<b>Nada</b>	1	2	3	4	5	6	7	<b>Mucho</b>
-------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Del 1 al 7, de nada a mucho ¿cuánto me parezco a Ana en general?

<b>Nada</b>	1	2	3	4	5	6	7	<b>Mucho</b>
-------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------

8. En relación con Ana, indica en qué medida has experimentado lo siguiente al ver el video.

	NA DA	PO CO	AL GO	BASTA NTE	MUC HO
Me he sentido involucrada afectivamente con los sentimientos de ANA	1	2	3	4	5
Me he sentido como “si yo fuera ANA”	1	2	3	4	5
He imaginado cómo actuaría yo si me encontrara en el lugar de ANA	1	2	3	4	5
Me he sentido preocupada por lo que le sucedía a ANA	1	2	3	4	5
He comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de ANA	1	2	3	4	5
Yo misma he experimentado las reacciones emocionales de ANA	1	2	3	4	5
He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de ANA	1	2	3	4	5
He tenido la impresión de vivir realmente yo misma la historia de ANA	1	2	3	4	5
He entendido los sentimientos o emociones de ANA	1	2	3	4	5
He intentado ver las cosas desde el punto de vista de ANA	1	2	3	4	5
Me he identificado con ANA	1	2	3	4	5

9. Indica qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones:

	<b>Muy en desacuerdo</b>	<b>Algo en desacuerdo</b>	<b>Ni acuerdo, ni desacuerdo</b>	<b>Algo de acuerdo</b>	<b>Muy de acuerdo</b>
A pesar de la temática, disfruté el cortometraje	1	2	3	4	5
Si este video se pasa por otros medios, yo lo veré de nuevo	1	2	3	4	5
Este es un cortometraje que puedo recomendar ver	1	2	3	4	5

10. Nos interesa que valores qué tan real es el cortometraje en relación con la vida cotidiana. Indica qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones:

	<b>Muy en desacuerdo</b>	<b>Algo en desacuerdo</b>	<b>Ni acuerdo, ni desacuerdo</b>	<b>Algo de acuerdo</b>	<b>Muy de acuerdo</b>
Las situaciones que muestra el video se parecen a las del mundo real	1	2	3	4	5
El video refleja los problemas que las chicas encuentran en sus relaciones	1	2	3	4	5
Las relaciones descritas en el video	1	2	3	4	5

se parecen a las relaciones entre las personas del mundo real					
---	--	--	--	--	--

11. Indica en qué medida te pasaron las siguientes cosas mientras veías el cortometraje:

	NADA	POCO	ALGO	BASTANTE	MUCHO
Sentía que quería criticar o mostrar mi desacuerdo con la forma de mostrar la historia de Ana	1	2	3	4	5
Me ponía a pensar de un modo diferente sobre los temas que se presentaban allí	1	2	3	4	5
Pensaba que la información que se daba sobre algunos temas era inexacta o engañosa	1	2	3	4	5
Intentaba averiguar si había defectos en la información que se daba sobre algunos temas	1	2	3	4	5

12. Indica cómo te sientes con relación a las siguientes premisas:

	NAD A	POC O	AL GO	BASTANT E	MUCH O
¿Cuánto te hizo pensar esta historia sobre ti y tus relaciones de pareja?	1	2	3	4	5
¿Cuánto pensaste en cómo sería, si te sucedieran los eventos que se muestran en el cortometraje?	1	2	3	4	5
¿En qué medida pensaste que la historia que viste se relacionaba contigo?	1	2	3	4	5

¿Hasta qué punto recordaste tus propias experiencias mientras veías el cortometraje?	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

**13.** Mientras veías el cortometraje, ¿te pasó algo de esto?

	No						Mucho
Me imaginé que yo era parte de la historia.	1	2	3	4	5	6	7
Estaba concentrada mientras veía el cortometraje.	1	2	3	4	5	6	7
Quería saber cómo iba a terminar la historia.	1	2	3	4	5	6	7
Lo ocurrido en el corto me emocionó.	1	2	3	4	5	6	7
Pienso que lo que me enseñó el video es importante para mi vida.	1	2	3	4	5	6	7
Mientras veía el cortometraje estaba pendiente de lo que ocurría a mi alrededor.	1	2	3	4	5	6	7
Mientras veía el cortometraje estaba distraída	1	2	3	4	5	6	7

**14.** A continuación encontrarás afirmaciones, marca la opción que más se acerque a lo que crees

	<b>Muy en desacuer do</b>	<b>Algo en desacuerd o</b>	<b>Ni acuerdo, ni desacuerd o</b>	<b>Algo de acuer do</b>	<b>Muy de acuerdo</b>

1. Es responsabilidad del hombre controlar cómo se viste y se comporta su mujer.	1	2	3	4	5
2. Es normal que un hombre siempre quiera saber dónde está su pareja.	1	2	3	4	5
3. La mujer debe practicar el autocontrol para proteger la reputación de su familia.	1	2	3	4	5
4. Dado que los hombres son más racionales e imparciales, deben gestionar los asuntos de la familia.	1	2	3	4	5
5. La forma en que una mujer se comporta o se viste es la causa principal del comportamiento de un hombre hacia ella.	1	2	3	4	5
6. Mantener unida a la familia es principalmente responsabilidad de la mujer.	1	2	3	4	5
7. La agresión masculina hacia las mujeres es normal.	1	2	3	4	5
8. Si hay abuso en la familia, debe mantenerse en privado.	1	2	3	4	5
9. Una mujer debe ser tolerante y paciente independientemente del comportamiento de un hombre hacia ella.	1	2	3	4	5
10. El poder y la fuerza son signos de masculinidad.	1	2	3	4	5
11. Una mujer debe permanecer inquebrantable y funcional a pesar de sufrir abusos.	1	2	3	4	5
12. La unidad familiar es más importante que el bienestar de la mujer.	1	2	3	4	5
13. Sentirse celoso o posesivo de una mujer es una señal del amor de un hombre.	1	2	3	4	5
14. Las mujeres deben ocuparse de las necesidades de los demás.	1	2	3	4	5

15. Es un signo de fuerza y dignidad que una mujer sufra en silencio.	1	2	3	4	5
16. Una mujer sana debería querer ser madre.	1	2	3	4	5
17. Una mujer inteligente sabe cómo protegerse.	1	2	3	4	5
18. Una mujer debe sentirse halagada por la atención de los hombres, incluso si no es deseada.	1	2	3	4	5