
Álvaro Jiménez Sánchez

al.jimenez@uta.edu.ec

Docente e investigador.

Departamento de investigación,

Facultad de Jurisprudencia y

Ciencias Sociales. Universidad

Técnica de Ambato, Ecuador.

Eliza Carolina Vayas Ruiz

elizacvayasr@uta.edu.ec

Docente e investigador.

Departamento de investigación,

Facultad de Jurisprudencia y

Ciencias Sociales. Universidad

Técnica de Ambato, Ecuador.

Recibido

23 de febrero de 2017

Aprobado

31 de enero de 2018

© 2018

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.31.2.119-135

www.communication-society.com

2018 – Vol. 31(2)

pp. 119-135

Cómo citar este artículo:

Jiménez Sánchez, A. & Vayas Ruiz

E. C. (2018). Videoclips para

reducir las actitudes sexistas y la

justificación de la violencia de

género. *Communication & Society*

31(2), 119-135.

Este artículo forma parte del proyecto
con número de referencia 2375-CU-P-
2015.

Videoclips para reducir las actitudes sexistas y la justificación de la violencia de género

Resumen

Las actitudes hacia el rol de género son la primera barrera para la reducción de este tipo de intolerancia, especialmente en los jóvenes, los cuales se encuentran en una fase evolutiva sensible a la integración de conductas y creencias erróneas en este ámbito. La comunicación en salud se presenta como una herramienta a tener en cuenta dentro de las diversas intervenciones que se dan en este campo. Esta investigación evaluó las actitudes y creencias machistas a 502 universitarios, de los cuales 169 participaron en una actividad basada en la exposición de 4 videoclips relacionados con la violencia de género. Los resultados mostraron una reducción estadísticamente significativa en la puntuación de la mayoría de los ítems, especialmente en las jóvenes. A su vez, se encontró relación entre las actitudes y diversos factores como la valoración de los videoclips o la identificación con la protagonista. Se concluye que la estrategia comunicativa empleada es efectiva y que esta puede fomentar el desarrollo de la alfabetización mediática en torno a temas de género.

Palabras clave

Violencia de género, jóvenes, comunicación en salud, alfabetización mediática, videoclip, Ecuador.

1. Introduction

Dentro de las diferentes facetas que ofrece la violencia, este estudio se centra en la que está relacionada con el género y, especialmente, en aquella que se realiza contra las mujeres. Este tipo de violencia se conceptualiza de manera diferente en función del contexto cultural. Mientras que por ejemplo en España se ha utilizado popularmente en los últimos años el concepto de "violencia machista", en latinoamérica se conceptualiza legalmente como "femicidio" o "feminicidio", conviviendo ambos términos en el debate académico y social, adoptándose uno u otro en función de las tradiciones y sensibilidades en los diferentes países (Boira, Paredes & Pabón, 2015).

Por su parte, el código penal ecuatoriano tipifica la violencia hacia las mujeres y la familia como toda acción que consista en maltrato físico, psicológico o sexual ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar (Código

Orgánico Integral Penal. Registro Oficial N°. 180, 2014). "La discriminación de género, el sexismo y la misoginia son problemas arraigados en el Ecuador, lo cual se evidencia en los altos índices de violencia contra las mujeres existentes en el país, aun cuando esta situación no siempre se denuncia" (Pontón, 2009: 8). Seis de cada diez mujeres reconocen haber sufrido algún tipo de violencia, sea "física, psicológica, sexual o patrimonial", según datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2012).

La forma de violencia más frecuente es la psicológica o emocional con un 53,9% de mujeres que reportan haberla sufrido. En segundo lugar, se ubica la violencia física con el 38%; seguida por la violencia sexual que alcanza el 25,7%, y finalmente, se ubica la patrimonial con el 16,7% (Camacho, 2014). A pesar de esto, las investigaciones sobre la intervención psicosocial cuando se presenta la violencia de género son escasas en Ecuador (Guarderas, 2014).

De acuerdo al Informe del Ministerio del Interior del Ecuador, los casos de violencia física que desembocan en femicidio hasta julio de 2017 son alrededor de 69. Sin embargo, para otros organismos como la Comisión Ecuémica de Derechos Humanos (Cedhu) y para el Taller de Comunicación Mujer esta cifra oscilaría en torno a los 93 casos, sin tomar en cuenta los no denunciados (Medina, 2017, July 25). De los casos presentados, el rango etario donde se producen más sucesos de este tipo oscila entre los 25 y los 31 años; sin embargo, se encuentran en menor porcentaje en edades entre los 15 y los 31 años (Romero, 2017, January 28).

Esta violencia provocado la necesidad de un análisis multidisciplinar en el cual se lleve a cabo una investigación minuciosa de los diferentes contenidos a través de los cuales las personas adquieren actitudes y creencias que posteriormente desencadenan en acciones más graves (Jiménez, Vayas & Medina, 2017).

En Ecuador las acciones comunicativas que tienen como finalidad fortalecer la participación ciudadana y el sentido crítico ante temas como la problemática de la violencia de género son limitadas. A pesar de que en la constituyente del 2008 se estableció un estado social democrático de derecho que busca garantizar la igualdad sin ningún tipo de discriminación, sigue siendo deficitario el trabajo efectivo en temas de violencia de género para erradicar el machismo, sexismo y cualquier forma de expresión misógina.

En el Plan de la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014-2017, acciones vinculadas con la información aparecieron como actividades estratégicas de intervención, sensibilización y concienciación. Junto con esa propuesta se inició el Plan de erradicación de la violencia de género contra las mujeres, que buscó llegar al problema a través del diseño de una campaña con mensajes que no distinguían cargos o funciones, hacia el propósito de impactar directamente, recreando los entornos más cercanos y más recurrentes de violencia (Comisión de Transición hacia el Consejo de las mujeres y la Igualdad de género, 2011).

La campaña *Reacciona Ecuador, el machismo es violencia* del 2010, fue concebida como un plan de información que tiene entre sus ejes fundamentales la transformación de patrones socioculturales, el desarrollo de un sistema de protección integral y la conformación de un sistema de registro. Respondiendo a esos ejes, la campaña generó un conjunto de productos comunicacionales tanto para televisión y radio como para producciones en carteleras.

Para el 2014, como parte de las campañas que el Ministerio del Interior en Ecuador llevaba adelante con la Policía Nacional en rechazo a la violencia hacia a la mujer, se lanzó una producción de piezas audiovisuales que tenían como objetivo resaltar los valores y el respeto mutuo que debe existir entre hombres y mujeres. La producción respondió a una promoción *a priori* de diferentes acciones que emprendería la institución con respecto a la problemática de la violencia. El uso del color como mensaje simbólico, las imágenes, las

representaciones y su construcción, que responden a un cambio de actitud frente al conflicto, sirvió de gancho promocional al hablar de igualdad (Ministerio del Interior, 2014).

De acuerdo con la OMS, Mosquera (2003: 3) considera que la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. No obstante, este autor opina que hay que tomar en cuenta determinantes que pueden variar según el contexto, tales como las creencias acerca de la adopción de un comportamiento, o los obstáculos y ventajas del medio ambiente social y natural. Estas consideraciones mostrarían la importancia de valorar la diversidad teórica en el desarrollo de una comunicación en salud efectiva.

La comunicación en salud abarca múltiples actividades destinadas a reducir la intolerancia de género, pudiendo ser utilizadas en contextos más locales y con la posibilidad de trabajar de manera más específica e interactiva con las diferentes audiencias. Por su parte, la educomunicación se emplearía para designar la búsqueda de articulaciones colectivas y dialógicas en función del uso de los procesos y herramientas de la comunicación, para garantizar el progreso y el desarrollo humano (De Oliveira, 2009). Es, en suma, una forma de pedagogía crítica que concibe los procesos educativos, la comunicación, los medios y las tecnologías como herramientas de análisis y de acción para la comprensión y la transformación del mundo (Barbas, 2012).

Esta investigación se centra en el empleo de videoclips como una manera de recurrir al mensaje de sus letras para promover una sensibilización (Del Moral, Suárez, Moreno & Musitu, 2014) y también por la posibilidad que ofrecen las imágenes a la hora de complementar la historia narrada. La imponente carga cultural de los textos de las canciones se pondría de manifiesto no sólo cuando reproducen más o menos fielmente poemas, sino también al encerrar contenidos sociales, históricos, políticos o de la vida cotidiana (Jiménez, Martín & Puigdevall, 2009: 132).

En este sentido, el videoclip actuaría también como vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código *ético* y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar (Sánchez-López, 2002: 566).

Respecto a las investigaciones de las letras musicales, la mayoría han ido encaminadas al análisis de canciones machistas. Desde hace décadas se ha estudiado este discurso literario musical, yendo en aumento y abarcando diferentes estilos sonoros respecto a su influencia en la visión de género, especialmente en el ámbito iberoamericano (Jiménez, Vayas & Medina, 2017).

Esta violencia contra la mujer ha servido a su vez como punto de partida en diversos programas de alfabetización mediática. En *Rostros de Mujer* (García-Ruiz, Aguaded & Rodríguez, 2014) se utilizan videoclips que muestran estereotipos de género con la finalidad de que el público reflexione sobre los distintos elementos que componen este tipo de intolerancia.

Sin embargo, esta investigación se centra en aquellas propuestas que recurren a canciones que van en contra de la violencia hacia la mujer y que también incitan a la reflexión desde un punto de vista más crítico y realista con la situación. La más interesante para nuestro objeto de estudio es *150 canciones para trabajar la prevención de la violencia de género en el marco educativo* (Llorens, 2013). En esta propuesta didáctica, realizada en colaboración con el Servicio de Educación del Ayuntamiento de Valencia, no solo se ha recopilado la cantidad de 150 temas musicales, sino que además se plantean varias actividades y propuestas con las que trabajar en el ámbito escolar. Así, esta investigación sirve como referente a la hora de utilizar canciones en contra de la violencia de género para un fin educativo que permita a los jóvenes ser conscientes de este tipo de intolerancia analizando y debatiendo componentes como la letra o las imágenes.

De esta forma, el videoclip puede utilizarse como un instrumento didáctico capaz de generar o ayudar a mantener un mayor contacto directo con la realidad inmediata de los estudiantes al combinarse con otras actividades y propuestas para establecer un vínculo natural entre el proceso de enseñanza y el mundo exterior de los jóvenes y sus actividades cotidianas (Sedeño, 2002).

Por tanto, el propósito de esta investigación no solamente abarca el análisis de las actitudes y creencias hacia el rol de género en los jóvenes, sino la creación de una actividad destinada a la sensibilización y reflexión en este campo mediante la observación de diferentes videoclips relacionados con la violencia de género.

Las hipótesis principales están enfocadas en comprobar la efectividad de la intervención, cuáles son los motivos y en qué factores inciden más. El objetivo principal pretendería reducir los mitos e ideas erróneas subyacentes a la vez que intentaría favorecer el desarrollo de habilidades para que sean capaces de afrontar los conflictos pertinentes. A su vez, el propósito final de la investigación sería contribuir a la creación de metodologías que se adapten a otros entornos mediáticos y socioculturalmente diferentes.

2. Metodología

Para implementar la estrategia de comunicación, la investigación tomó como referencia varios procesos y principios para proyectos de comunicación en salud (Mosquera, 2003: 11), los cuales siguen los siguientes pasos:

1. Investigación y Análisis.
2. Diseño estratégico.
3. Desarrollo, producción y revisión de materiales y métodos.
4. Gestión, implementación y monitoreo.
5. Evaluación de impacto.
6. Planeación para la continuidad.

Este modelo se caracterizaría por ser sistemático y racional (hace referencia continuamente a los datos encontrados en la fase de investigación), es práctico para la aplicación de los campos en todos los niveles, y además es estratégico por establecerse objetivos a largo plazo (Mosquera, 2003: 11).

Por tanto, el primer paso fue averiguar cuáles eran sus actitudes y creencias en este tema. Para ello, se les suministraron tres cuestionarios que sirvieron para definir un diagnóstico con el que compararlo posteriormente. El tipo de respuestas fue estipulado mediante una escala tipo Likert de 1 (nada de acuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo):

- Cuestionario de mitos y falsas creencias *sobre* la violencia doméstica contra las mujeres (Gorrotxategi & Haro, 1999).
- IPDMV: Inventario de Pensamientos Distorsionados sobre la Mujer y la Violencia (Echeburúa & Fernández-Montalvo, 1997), tomando en consideración la versión de Ferrer *et al.*, (2006).
- CADV: Cuestionario de Actitudes hacia la Diversidad y la Violencia (Díaz-Aguado, Martínez & Martín, 2004).

Una vez investigados y analizados los resultados se continuó con las sucesivas fases planteadas. Además de la correspondiente profundización bibliográfica sobre el tema, se estudiaron más de 150 videoclips sobre el maltrato (Llorens, 2013). De todos estos se seleccionaron 12 canciones, procurando que hubiera diversidad en la música, mensajes, escenarios, personajes, historia visual y también que estos contenidos fuesen cercanos y familiares para los jóvenes. El propósito de esta diversidad fue dar a elegir a los 26 primeros participantes (alumnos-evaluadores) una oferta amplia de registros para que posteriormente fueran ellos quienes evaluaran y opinaran cuáles les parecían los más indicados para el objeto de estudio.

Tras los resultados se escogieron los ocho más valorados por ellos tomando también en consideración el análisis de los investigadores. Después se pasaron estos ocho a otros estudiantes ($N = 37$) para que hiciesen la misma operación de antes. Tras volver a valorar y discutir esta muestra, se decidió finalmente trabajar con los cuatro que mejor se adaptaban al propósito de la investigación:

- Y en tu ventana (Andy y Lucas, 2003)
<https://www.youtube.com/watch?v=ZaEcieiHBsw>
Este videoclip narra la vida de una mujer subyugada por su marido, avocada a las tareas domésticas y maternas como parte del heteropatriarcado mientras ella añora una vida libre en vez de recluirse tras la ventana de su casa. Los alumnos-evaluadores en la fase de selección comentaron que este tema era atrayente musicalmente por ser de género *flamenquillo*, pero también porque la realidad de la trama era muy parecida a su contexto social. Les llamó especialmente la atención que el hijo presenciara la violencia del padre hacia la madre, considerándolo un punto a tener muy en cuenta respecto al hecho de que los menores de la familia observen este tipo de violencia enmarcada en un ámbito tan sensible y vulnerable.
- Bondad o malicia (Falsaalarma, 2004)
<https://www.youtube.com/watch?v=5BdPdl9-zyo>
Los motivos que llevaron a los alumnos-evaluadores a seleccionar este tema corresponden con aquellos comentarios que abogaban por el rap como música favorita y por la violencia hiperrealista de las imágenes la cual les alteraba emocionalmente. Otro elemento que les parecía importante es que al final de la historia, el maltratador era encarcelado (se hacía justicia). También les parecieron interesantes los *flashback* donde se mostraba la relación sentimental desde el inicio como algo hermoso aunque luego desembocara en la muerte de la chica. El título y estribillo de la canción apelaría a esta ambivalencia entre el amor y el odio.
- Miedo al miedo (Desplante & Diana Feria, 2010)
https://www.youtube.com/watch?v=bjb_RDjViqE.
Los alumnos-evaluadores también se decantaron por este tema rapero, no solo porque el género musical les fuera afín, sino también porque era una mujer quien cantaba, por el alto contenido violento que tanto les emocionaba, y especialmente porque al final de la historia visual la maltratada le hace frente al maltratador (estribillo: "vivo condenada tras una pared de hielo, sé que no lo quiero pero me falta valor, sé que superarlo me va hacer alguien mejor"). Este punto fue muy destacable porque ofrecía una visión del maltrato como realidad que se puede combatir a través de la autoestima y valentía por parte de la mujer maltratada. Por último, este videoclip era el único que contaba visualmente una historia diferente a la letra, lo que hacía que se mostraran dos versiones en una misma canción (o más bien dicho, que la historia visual estuviera reforzada por el concepto del miedo que la letrista ofrecía).
- El final del cuento de hadas (Chojin, 2005)
<https://www.youtube.com/watch?v=XYltop9ju8Y>
Así como algunos alumnos-evaluadores preferían la violencia explícita de los otros videoclips como reclamo emocional, otros se decantaron por ocultar lo explícito y aplicar una estética más simbólica. Es el caso de este video musical rodado en un escenario de teatro en el que solo se ve a una mujer vestida de negro avanzando lentamente sobre fondo negro. La presencia de fundidos representa la oscuridad

que simboliza la violencia, hasta llegar al apagón final con la muerte de la protagonista. Como apela el título de la canción, ella cree vivir en un cuento de hadas que poco a poco se va torciendo hasta finalizar cruelmente. Los alumnos-evaluadores designaron a esta canción de rap como la que mejor letra tenía, especialmente porque la historia de la protagonista era muy realista y similar a la vida de los espectadores. Además, el hecho de que la historia visual fuera simple de entender y seguir, provocaba que el público se centrara más en la historia que la letra contaba.

Con la ayuda de los alumnos-evaluadores y el grupo de investigación, se seleccionaron las cuatro canciones que formarían parte de la estrategia comunicativa final. Más que el número de temas escogidos, los cuales deben adaptarse a la duración de la actividad, lo importante fue que estos ofrecieran diversidad en las historias para luego poder debatir un mayor número de elementos sobre la violencia de género contra la mujer.

El hecho de que tres de las cuatro canciones fueran raperas demuestra cómo el público prefiere y se identifica con este género musical caracterizado en ocasiones por ser reivindicativo, hablar de temas sociales y con un lenguaje cercano a los jóvenes. En cualquier caso, la selección del género de las canciones viene determinada no tanto por el ritmo, sino por la profundidad de las letras, montaje audiovisual y, sobre todo, por los gustos de las diversas audiencias enmarcadas en un determinado contexto sociocultural e histórico.

El orden se basó en mostrar los videoclips con las imágenes más impactantes en el medio de la exposición (segunda y tercera canción) para así no empezar tan bruscamente y terminar visualmente con algo más digerible que los temas precedentes.

Una vez calculado el tamaño correspondiente a un error muestral de $\pm 5\%$ y un nivel de significación de 95,5, se estimó el número de personas que iban a participar en la investigación (375 mínimo de 15000 universitarios aproximadamente). Posteriormente se seleccionó la muestra ($N = 502$) a través de un muestreo no probabilístico por cuotas en base a las variables Carrera y Curso.

El grupo experimental está compuesto por 169 alumnos a quienes se les aplicó la estrategia planteada, mientras el grupo control, que no recibió la intervención, está formado por 333 estudiantes a los que se les realizó la encuesta meses antes que al grupo experimental. El 40,8% ($N = 205$) son varones y el 57,2% ($N = 287$) mujeres (el 2% restante no lo indicó). La edad media es de 21,33 años.

Los cuestionarios empleados en la primera fase sirvieron para diagnosticar qué ítems podían ser los de mayor utilidad y cuáles tenían relación con lo que se mostraba en los videoclips. El resultado derivó en el desarrollo de un inventario de preguntas formado por una selección de esos cuestionarios. A su vez, se incluyeron otros aspectos relativos a cada canción, dos de respuesta numérica y 4 de respuesta para desarrollar: - Calificación (1 a 10 máxima nota) - Identificación con la protagonista (1=nada / 5=mucho) - ¿Qué emociones has sentido al verlo? - ¿Qué es lo que más te ha agradado? - ¿Qué es lo que más te ha desagradado? - ¿Qué opinas al respecto? Por su parte, las respuestas del resto de ítems relativos a las actitudes y creencias se volvieron a caracterizar por el uso de una escala Likert de 1 (nada de acuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

Se solicitó el debido permiso al profesorado y tutores correspondientes, acordando una cita con la intención de administrar el cuestionario en horario lectivo a los estudiantes que asistieran a clase aquel día en cada caso. La duración media de la actividad fue de 50 minutos, compuesta por la exposición de los cuatro videoclips, los posteriores comentarios al respecto por parte de los alumnos, y finalmente, la administración del cuestionario. Sin embargo, para el grupo control que no recibió la intervención y solo se les suministraban los cuestionarios, la duración no superó los 15 minutos en ningún caso.

En todos los casos, los estudiantes que participaron fueron adecuadamente informados del carácter voluntario y anónimo de su participación, así como del contenido violento de dos videoclips por si pudieran herir la sensibilidad de algún estudiante. Para evitar posibles sesgos en las respuestas no se les explicitó que ellos eran los sujetos a quienes se les trataba de reducir las actitudes negativas hacia el rol de género, sino que solo se les planteó que analizaran los videoclips, y que sus posteriores opiniones servirían de referencia para luego realizar la estrategia en otros centros educativos. La diferencia entre los alumnos que intervinieron en la fase piloto preseleccionando las canciones, y los estudiantes que sí contaron para el análisis final, fue básicamente que a estos últimos sí se les aplicó el cuestionario de actitudes y se les amplió el tiempo de debate. Se consideró poco factible hacer estos dos últimos aspectos en la fase piloto por problemas de tiempo, ya que observar doce u ocho canciones se demoraba lo suficiente como para no incluir el resto de actividades.

Los datos recogidos fueron analizados mediante el paquete estadístico SPSS (versión 23 para Windows 32 bits).

3. Resultados

Respecto a las propiedades psicométricas del cuestionario empleado tras observar los videoclips, se obtuvo un coeficiente *alpha de Cronbach* de .864. Dado los criterios al uso (Morales, Urosa & Blanco, 2003), cuando una escala ha de emplearse para la investigación resulta aceptable un coeficiente de fiabilidad entre .50 y .60, pudiendo concluirse que cumple una adecuada fiabilidad para este uso.

Debido al uso de varios cuestionarios se procedió con cada uno de ellos a un análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax, donde los factores más adecuados vienen condicionados por los autovalores y explicando la proporción de varianza posible. A continuación se presenta la explicación de aquellos factores con autovalores mayores a uno, mostrándose los elementos que los componen junto con sus pesos factoriales y omitiendo las saturaciones inferiores a .40. La tabla para cada uno de los cuestionarios también contiene la comparación de las medias de cada ítem en función de la intervención (probabilidad de error y tamaño del efecto).

Tabla 1. Análisis factorial de la adaptación del Cuestionario de mitos y falsas creencias sobre la violencia doméstica contra las mujeres (Gorrotxategi & Haro, 1999). *KMO* = .780, *Bartlett*, *p* = .000. *α* = .700. Varianza explicada 44,7%.

Item (Saturaciones)	Grupo	Media	Sig (Tamaño del efecto)
Componente 1: Minimización de la violencia doméstica como problema			
Es más aceptable la violencia que se da entre personas cercanas que la que se da entre personas extrañas (.728)	Control	1,86	,000 (d=.57)
	Videos	1,22	
Un hombre no maltrata porque sí; ella también habrá hecho algo para provocarle (.639)	Control	1,83	,000 (d=.43)
	Videos	1,37	
La violencia doméstica sólo ocurre en familias sin educación o que tienen pocos recursos económicos (viven en la miseria) (.601).	Control	1,80	,000 (d=.44)
	Videos	1,34	

La violencia doméstica no es para tanto. Son casos muy aislados. Lo que pasa es que salen en la prensa y eso hace que parezca que pasa mucho (.560)	Control	1,64	,000 (d=.38)
	Videos	1,24	
Si se tienen hijos/as, hay que aguantar los maltratos por el bien de las niñas y los niños (.538)	Control	1,14	,391 (d=.07)
	Videos	1,09	
Componente 2: Estereotipo del maltratador			
Los hombres que agreden a sus parejas son delincuentes (.794)	Control	2,39	,000 (d=.33)
	Videos	1,98	
Los hombres que agreden a sus parejas están locos (.735)	Control	2,77	,000 (d=.35)
	Videos	2,26	
Los hombres que agreden a sus parejas son violentos por naturaleza (.636)	Control	2,63	,081 (d=.15)
	Videos	2,40	
Componente 3: Justificación de la violencia y desculpabilización del maltratador			
La violencia doméstica es una pérdida momentánea de control (.653)	Control	2,53	,001 (d=.3)
	Videos	2,11	
Si una mujer es maltratada continuamente, la culpa es suya por seguir conviviendo con ese hombre (.598)	Control	3,48	,248 (d=.10)
	Videos	3,29	
Los hombres que abusan de sus parejas, también fueron maltratados en su infancia (.539)	Control	3,49	,000 (d=.53)
	Videos	2,85	
Los hombres que maltratan, lo hacen porque tienen problemas con el alcohol u otras drogas (.478)	Control	2,89	,015 (d=.21)
	Videos	2,60	

Tabla 2. Análisis factorial de la adaptación del cuestionario CADV (Díaz-Aguado, Martínez & Martín, 2004). *KMO* = .768, *Bartlett*, *p* = .000. *α* = .705. *Varianza explicada* 47,4%.

Item (Saturaciones)	Grupo	Media	Sig (Tamaño del efecto)
Componente 1: Creencias sexistas			
Para tener una buena relación de pareja, puede ser deseable que la mujer sea a veces sumisa (.768)	Control	1,7	,009 (d=.28)
	Videos	1,38	
Si pides ayuda a los demás pensarán que no vales mucho (.690)	Control	1,45	,975 (d=.00)
	Videos	1,46	
Cuando una mujer es agredida por su marido, algo habrá hecho ella para provocarlo (.683)	Control	1,59	,003 (d=.33)
	Videos	1,35	
El hombre que parece agresivo es más atractivo (.656)	Control	1,49	,003 (d=.33)
	Videos	1,22	
Los hombres no deben llorar (.480)	Control	1,52	,565 (d=.06)
	Videos	1,45	

Componente 2: Justificación de la violencia doméstica			
Si alguien más fuerte que tú te amenaza con agredirte no debes contarle porque te convertirías en un chismoso (.736)	Control	1,39	,008 (d=.29)
	Videos	1,15	
Por el bien de los hijos, aunque la mujer tenga que soportar la violencia de su marido o compañero, conviene que no le denuncie (.659)	Control	1,55	,004 (d=.32)
	Videos	1,24	
Está justificado que un hombre agrede a su pareja cuando ella decide dejarle (.643)	Control	1,18	,293 (d=.11)
	Videos	1,11	

Tabla 3. Datos provenientes de la adaptación del cuestionario IPDMV (Echeburúa & Fernández-Montalvo, 1997), tomando en consideración la versión de Ferrer *et al.*, (2006). *KMO* = .827, *Bartlett*, *p* = .000. *α* = .750. *Varianza explicada* 52,5%.

Item (Saturaciones)	Grupo	Media	Sig (Tamaño del efecto)
Componente 1: Culpabilización de la víctima y cumplimiento de roles sexistas			
La obligación de una mujer es tener relaciones sexuales con su marido, aunque en ese momento no le apetezca (.759)	Control	1,11	,321 (d=.10)
	Videos	1,07	
El marido es el responsable de la familia, por lo que la mujer le debe obedecer (.659)	Control	1,49	,009 (d=.29)
	Videos	1,26	
Si muchas mujeres no fastidiaran tanto a sus maridos, seguramente no serían maltratadas (.649)	Control	1,66	,000 (d=.43)
	Videos	1,35	
Una mujer no debe llevar la contraria a su marido (.576)	Control	1,52	,001 (d=.36)
	Videos	1,25	
Componente 2: Aceptación del estereotipo tradicional y la misoginia (creencia en la inferioridad de la mujer frente al varón)			
Las mujeres son inferiores a los hombres (.836)	Control	1,19	,755 (d=.03)
	Videos	1,16	
Si el marido es el que aporta el dinero en casa, la mujer debe estar subordinada a él (.821)	Control	1,24	,470 (d=.07)
	Videos	1,20	
Cuando un hombre pega a su mujer, ella ya sabrá porqué (.469)	Control	1,54	,012 (d=.27)
	Videos	1,35	
Componente 3: Minimización de la violencia contra las mujeres como problema y desculpabilización del maltratador			
Lo que ocurre en una familia es problema únicamente de la familia (.676)	Control	2,56	,105 (d=.17)
	Videos	2,36	
La mayoría de los hombres que agreden a sus parejas se sienten avergonzados y culpables por ello (.657)	Control	2,46	,465 (d=.08)
	Videos	2,37	
Muchas mujeres provocan intencionalmente a sus maridos para que éstos pierdan el control y las golpeen (.483)	Control	1,91	,005 (d=.31)
	Videos	1,65	

La mujer debe tener la comida lista para cuando el marido vuelva a casa (.423)	Control	2,29	,000 (d=.43)
	Videos	1,82	

En la Tabla 4 se observa como la intervención redujo significativamente las puntuaciones en todos los factores de todos los cuestionarios menos en el segundo del IPDMV, debido principalmente a que el grupo control ya puntuaba muy cerca del mínimo, por lo que la reducción no resultó tan significativa. Por otra parte, las mujeres puntuaron menos en todos los factores, mostrando así una intolerancia mayor hacia este tipo de violencia, excepto en el segundo factor de cada uno de los cuestionarios, donde no existirían diferencias significativas entre ambos géneros.

Tabla 4. *t student* entre factores para cada cuestionario en función de la intervención y del género.

Cuestionario	Mitos		CADV		IPDMV	
t student (significación bilateral)	Control	Hombres	Control	Hombres	Control	Hombres
	Videos	Mujeres	Videos	Mujeres	Videos	Mujeres
Factor 1	6.793 (,000)	4.599 (,000)	2.480 (,014)	4.687 (,000)	3.306 (,001)	3.867 (,000)
Factor 2	3.505 (,000)	.673 (,501)	2.594 (,010)	1.196 (,233)	.025 (,980)	1.331 (,184)
Factor 3	3.703 (,000)	2.537 (,012)			2.757 (,006)	2.414 (,013)

Como muestran los resultados, la actividad planteada redujo algunas actitudes de género intolerantes. De los ocho factores obtenidos entre los tres cuestionarios, siete tuvieron un descenso significativo en sus puntuaciones tras la intervención. Centrándose en cada uno de los items, se presenció un cambio en diez de las trece cuestiones planteadas en el cuestionario sobre mitos, mientras que para el CADV cinco de ocho, y del IPDMV seis de once. En total fueron 21 items de 32 en los que se produjo un cambio estadísticamente significativo ($p \leq ,05$). Por su parte, el género que más cambio presenció fue el femenino (19 de 32) frente al masculino (13 de 32).

Respecto a su relación con la calificación del videoclip e identificación con la protagonista, sólo se observaron correlaciones de *Spearman* significativas en la canción de Falsa alarma y de Chojin, especialmente en la nota, donde esta se reduce cuanto más aumenta la puntuación de algunos factores y viceversa.

Tabla 5. Relación con la identificación y calificación.

N = 165 aproximadamente.	Andy y Lucas	Falsaalarma	Desplante	Chojin
Media de la calificación (1-10)	7,42	6,9	7,35	7,52
Media de la Identificación con la protagonista (1-5)	1,64	1,45	1,58	1,67
Factor 1 (Mitos)				Nota: -,169*
Factor 2 (Mitos)				Ident: ,177*
Factor 3 (Mitos)				Nota: -,207*
Factor 1 (CADV)		Nota: -,158*		Nota: -,160*
Factor 3 (IPDMV)		Nota: -,249**		Nota: -,192*

* = $p \leq ,05$. ** = $p \leq ,01$ (Spearman).

En función del sexo, solo se observa una correlación negativa con el videoclip de *Falsaalarma*, donde las mujeres se identificarían menos con la protagonista (-,176. $p \leq ,05$).

Sobre el análisis de las cuestiones con respuestas abiertas, los resultados mostraron diversas opiniones en función del videoclip.

Tabla 6. Descripciones más recurrentes para cada videoclip.

Items para desarrollar	Andy y Lucas	Falsaalarma	Desplante	Chojin
¿Qué emociones has sentido?	Tristeza, frustración, dolor, empatía, impresión, ira. miedo	Ira, tristeza, frustración, impotencia, miedo, pena.	Tristeza, ira, miedo, pena, frustración, desprecio.	Tristeza, ira, impotencia, empatía, asombro.
¿Qué te ha agradado?	Letra, concienciador, producción, ritmo, realidad.	Mensaje, producción, cárcel para el maltratador.	Letra, arrepentimiento final, imágenes, mujer se enfrenta.	Letra, contenido, mujer denuncia.
¿Qué te ha desagradado?	Nada, violencia, niño observa.	Crudeza, entender letra, muerte, nada.	Violencia, letra a veces incomprensible.	Final, nada, mujer sumisa, violencia.
¿Qué opinas?	Bueno, concienciador, mensaje, realidad.	Bueno, fuerte, mensaje, reflexión, real.	Bueno, mucha violencia, buen final, muy real.	Bueno, letra, realidad.

Como puede observarse, a muchas personas les desagradó el no poder entender las letras en su totalidad. Este hecho ya fue valorado previamente, pero se descartó la idea de incluir subtítulos porque podrían distraer a los sujetos haciendo que no se fijasen tanto en la historia visual que se mostraba, especialmente en las canciones de *Desplante* y *Falsaalarma*, primando de esta forma la imagen frente a la letra.

A su vez, justamente estos dos temas musicales comentados provocaron que fuese menos factible realizar la actividad con menores de edad, debido a su alto contenido de violencia explícita.

4. Conclusiones

Los resultados confirman la hipótesis principal de que la intervención es efectiva y que esta incidió de manera diferente según determinados factores.

Ejemplo de ello fue apreciar como algunos estudiantes preferían un videoclip más de tipo simbólico (Chojin) mientras que otros se decantaban por los más violentos (Falsa alarma y Desplante), mostrando así predilecciones diferentes en función de la estética recurrida.

Lo mismo ocurría con el tipo de música, de ahí que se procurara inicialmente ofrecer una cierta variedad respecto a su género pero tratando a su vez que fuese familiar en los jóvenes. Es por ello que tres de los cuatro videoclips utilizados estuviesen relacionados con el rap.

Por tanto, para futuras intervenciones se recomendaría tomar en cuenta las motivaciones de las personas, así como los usos y gratificaciones (Katz, Blumler & Gurevitz, 1982), el entorno personal y el contexto socio-cultural para entender los posibles *pactos de lectura* que hacen los espectadores con los diferentes discursos audiovisuales. En función de variables como la clase social, el sexo, la afiliación política o el grupo étnico de pertenencia, las audiencias decodificarían los mensajes de manera diferente, cuyos factores se agrupan entre sí y dan lugar a subculturas o comunidades interpretativas (Morley, 1980). Tomando en cuenta estos conceptos se conseguiría ofrecer unos contenidos adecuados y enfocados para según qué tipo de audiencia.

Respecto a las canciones utilizadas estas cumplieron con su cometido al mostrar altas puntuaciones en las calificaciones así como comentarios positivos en la mayoría de los encuestados. Como aportan los datos obtenidos, hay dos canciones (*Bondad o Malicia* y *El final del cuento de hadas*) cuyas notas correlacionan negativamente con algunos factores (más calificación, menos tolerancia hacia esta violencia, y viceversa). Esto no solo denota que las canciones escogidas fueron adecuadas, sino que algunas incluso provocaron un efecto en las actitudes y creencias a modo de empatía, ya fuera con la protagonista como con la historia.

En este sentido es importante, a la hora de seleccionar los temas audiovisuales específicos para una audiencia determinada, intentar satisfacer la estética propia de los espectadores a nivel visual y musical, así como ofrecer historias cercanas y aprehensibles según la audiencia y su contexto. Por tanto, se hace necesario tomar en cuenta esta cuestión para posteriores intervenciones en las que se debería analizar qué videoclips son los que concretamente gustan más y por qué, así como seguir indagando en los procesos de identificación y su interacción con las actitudes y creencias que se quieran modificar.

En este caso, la canción que más gustó fue la de *El final del cuento de Hadas* (Chojin) con una calificación media de 7,52 sobre 10, siendo también este tema el que más relación tuvo con las puntuaciones de algunos ítems. Llama la atención que este videoclip fuera el único realizado de manera simbólica en vez de realista o hiperrealista audiovisualmente, primando de esta manera la narración frente al montaje propuesto.

Es pertinente valorar la parte más cualitativa de la investigación en la que se les preguntaba por sus emociones, lo que más y menos les agradó, y su opinión de cada canción. Las respuestas que más se repetían apelaban a sentimientos de tristeza, ira, miedo o impotencia, confirmando así el impacto emocional suscitado por los videoclips. A su vez, las opiniones más repetidas sirven para profundizar tanto en lo positivo como en lo negativo que aporta cada tema musical. Un ejemplo de ello es que muchos comentaban su desagrado con el hecho de que el hijo presenciara escenas de violencia doméstica (*Y en tu ventana*, Andy y Lucas), mostrando de esta manera aspectos concretos que pueden suscitar

reacciones a tener en cuenta para posteriores intervenciones. La violencia de género no puede verse como un todo que remediar, pues cuenta con numerosos y diversos aspectos que tratar. Los que destacaron en esta investigación fueron especialmente: la implicación de los niños, que la maltratada denunciara, que se enfrentase al maltratador, que acabase muerta, y que el maltratador recibiera justicia carcelaria.

Por último, las opiniones fueron favorables, pues la mayoría valoraron todos los videoclips como buenos para la actividad realizada, muy reales, y con una alta incitación a la reflexión. De esta forma, se pudo corroborar que la muestra musical escogida resultó apropiada para la intervención realizada.

En este sentido tuvo mucha importancia la fase de selección, donde además de tener en cuenta la valoración cuantitativa de los videoclips, fueron de gran utilidad los comentarios que los alumnos-evaluadores realizaron. Ejemplo de ello fue descartar la canción de *Malo* de la cantante Bebe (2004), pues aunque su puntuación era alta, las opiniones suscitadas llevaron a no contar con ella en la muestra final. Entre estos argumentos destacaba que se ofrecía una visión muy negativa y generalizada de los hombres, y además que las imágenes no narraban nada, solo era ella cantando. Por lo que a pesar de su alta puntuación, se descartó por aspectos más cualitativos y derivados de las opiniones de un público similar al que posteriormente hiciera la actividad.

Tanto estos comentarios en la fase de selección de la muestra, como especialmente en el debate que se originaba después de la visualización de los videoclips, cabe destacar que ambas fueron dirigidas por un psicólogo profesional en el tema. La aplicación de canciones como estrategia, en sí misma, no resulta de gran utilidad si estas no se usan como un medio para llegar a la reflexión y confrontación de ideas con otros compañeros. De hecho, sin la fase de debate y solo con la mera exposición audiovisual, no solo puede ser inefectiva la actividad, sino que incluso puede llegar a reafirmar las creencias y actitudes previas de los espectadores. Por ello es pertinente realizar un debate posterior, y que en la medida de lo posible esté dirigido por un profesional en el tema que sepa cómo sacarle el mejor rendimiento a la actividad.

En este caso, al terminar el visionado se preguntaba de manera general qué les había parecido. Generalmente esta pregunta era suficiente para iniciar la confrontación de ideas. En cualquier caso, se intentaba conducir el debate y la reflexión hacia dos temas principales. Por un lado la violencia de género (¿cómo son y actúan los personajes? ¿por qué suceden esos hechos? ¿cómo se pueden solucionar? ¿cuáles son los estereotipos del maltratador y maltratada? etc.), y por otro lado la alfabetización mediática analizando las imágenes, la música, la caracterización de los personajes, otros géneros musicales con una visión sesgada de la violencia, el montaje, la recreación visual de la historia, la exposición de la violencia en los medios de comunicación, etc.

Por su parte, el moderador debe fomentar que todos colaboren de la mejor manera posible. La participación implica una actitud colaborativa en los participantes y dinámicas de aprendizaje dialógico que permiten convertir el proceso en medio de colaboración para la consecución de fines comunes. Sin la actitud colaborativa y sin el diálogo entendido de esta forma no podríamos hablar de colaboración, tampoco de participación, sino de un mero hablar por hablar o de una confrontación entre opiniones individuales (Barbas, 2012).

En comunicación y educación para el cambio social interesa más el proceso *de transformación colectiva* que los propios productos (un programa de radio, un *spot*, un vídeo, una campaña, etc.) (Barranquero, 2007). Por ello, es necesario seguir investigando y aplicando este tipo de estrategias basadas en la interacción directa del producto con la audiencia y enmarcadas en ámbitos concretos. Se subraya así la importancia de la alfabetización mediática en la actualidad tanto en los contextos formales como en los no formales (Rodríguez-López, 2015). El éxito del cambio social implica la comprensión de ver a la comunicación, no como instrumento solamente, sino como una estrategia de derecho que

provoca transformaciones a través de la formación, educación y los valores sociales (Burgui & Erro, 2010).

Tal y como marcan las etapas propuestas en la metodología, habría que realizar un seguimiento temporal para descartar que los cambios actitudinales encontrados fuesen efímeros o momentáneos. Además, y dada la gravedad que supone la violencia de género, sería de gran utilidad continuar realizando actividades en este ámbito, siendo cada vez más específicos, tomando en cuenta aquellas creencias erróneas propias de cada individuo y aplicando diferentes estrategias para poder intervenir multidisciplinariamente, pues al fin y al cabo, la violencia de género es una asignatura pendiente que cada individuo debe afrontar el resto de su vida. Las actitudes negativas en este ámbito no solo afectan a los hombres sino también a muchas mujeres. Como muestran los datos, un 15% de las jóvenes encuestadas tenían creencias machistas, lo que significa una aceptación del heteropatriarcado, culpabilización y justificación de la violencia hacia ellas mismas. Por ello, las intervenciones planteadas también deben tener en cuenta a este sector femenino, pues aunque se de en menor proporción, se muestran como las futuras posibles víctimas de maltrato.

Para concluir, queda recalcar el hecho de que la utilización de temas musicales en contra de la violencia de género puede suponer un aporte minúsculo si se compara con la gran cantidad de letras de canciones que históricamente han ofrecido y siguen aportando una visión sesgada de los roles de género. Las conclusiones de estos trabajos evidenciarían la necesidad de ir actualizando el objeto de estudio, entendiendo a la música como el reflejo de una sociedad en continuo cambio, y que por tanto, debe ser analizada eventualmente teniendo en cuenta el contexto cultural en el que se desarrolla, así como el desarrollo tecnológico actual el cual estaría influyendo también en los hábitos de consumo sonoros (Perona, Barbeito & Fajula, 2014).

Como ha mostrado esta investigación, las canciones y sus formatos audiovisuales pueden ser una herramienta educativa, pero siempre hay que tener en cuenta el resto de músicas que coyunturalmente escuchan las personas tanto directa como indirectamente. Así, además de incidir en reforzar una educación para la tolerancia mediante la diversidad que ofrece la comunicación en salud, habría que instruir a los futuros espectadores y consumidores en el ámbito de la *educomunicación* (Aparici, 2011) para que entiendan cómo funcionan los medios, los mensajes, y su recepción en las diferentes audiencias. El reto de la sociedad audiovisual debería ser la integración de los medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo y sus poderosas armas para recrearlo y *construirlo* (Aguaded, 2005).

En este sentido, la intervención con videoclips no solo debe centrarse en el tema de género, sino que debe acompañarse de una alfabetización mediática que enseñe a los participantes los andamiajes del video musical, a comprender y analizar de manera crítica sus imágenes, letras, montaje, narrativa, personajes, estética, significados, etc.

Hay que evitar el enfoque educocomunicativo instrumental que concibe la educocomunicación desde los modelos informativo-transmisivos, centrados principalmente en el adiestramiento para el manejo de la tecnología o de los medios. Es habitual encontrar estos modelos en programas de alfabetización digital para adultos o en algunos planes escolares que incorporan los recursos digitales a los procesos educativos, sin considerar los planteamientos emancipadores, críticos o dialógicos en el uso de los medios (Barbas, 2012).

Si los formatos audiovisuales resultaron efectivos en la intervención planteada, no puede obviarse la posible influencia negativa de los productos mediáticos que reciben las personas diariamente, por lo que habría que enseñarles a entender cómo funcionan y concretamente instruirles en la visión, que tanto la música como las demás creaciones mediáticas (películas, series, spots, etc), ofrecen de los roles de género así como de los distintos tipos de discriminación y violencia. Por tanto, no solo se hace pertinente incluir la

alfabetización mediática en el currículum escolar, sino también articularla con políticas públicas integradoras.

En definitiva, aunque el resultado de este trabajo haya sido favorable, no solo se aconsejaría continuar utilizando y analizando este tipo de estrategias, sino también hacer hincapié en el resto de canciones que promueven una visión sesgada de las relaciones humanas y que usualmente son escuchadas y disfrutadas en el día a día. "Se requieren estudios continuos en la interpretación de las nuevas formas de representación audiovisual y de los elementos que componen las distintas articulaciones representativas implícitas en los contenidos audiovisuales, para así comprender mejor los diversos tipos de violencia" (Ortega, Pereira & Igartua, 2016: 67).

La música conformaría uno de los ingredientes de la dieta mediática contemporánea, siendo pertinente investigarla con rigor, y en el caso de encontrarse con "comida basura", saber diseccionarla y tomar medidas tanto legislativas como educativas que regulen y enseñen aquellos aspectos nocivos para así obtener un público formado y con criterio propio.

Referencias

- Aguaded, J.I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar* 24, 25-34. Disponible en www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802405
- Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación* 10(14), 157-175. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>
- Barranquero, A. (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social. *Comunicar* 29(15), 115-120. Disponible en <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=29&articulo=29-2007-19>
- Boira, S., Paredes, L. & Pabón, K. (2015). Violencia de género, maltratadores y derechos humanos: situación actual y retos de futuro en España y Ecuador. *Intiñan* 1(1), 97-115. Disponible en https://zaguan.unizar.es/record/32194/files/texto_completo.pdf
- Burgui, T. y Erro, J. (2010). *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona. Foro de Comunicación y Educación para la Ciudadanía.
- Camacho, G. (2014). *La violencia de género contra las mujeres en el Ecuador: análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre relaciones familiares y violencia de género contra las mujeres*. Quito: Consejo Nacional para la Igualdad de Género: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC; Ministerio del Interior. Disponible en https://www.unicef.org/ecuador/Violencia_de_Gnero.pdf
- Código Orgánico Integral Penal de 10 de febrero de 2014, Registro Oficial No. 180, C.F.R. Disponible en http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/c%C3%B3digo_org%C3%A1nico_integral_penal_-_coip_ed._sdn-mjdhc.pdf
- De Oliveira, D. (2009). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas* (30), 194-207. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105112060015>
- Del Moral, G., Suárez, C., Moreno, D. & Musitu, G. (2014). La Música Hip-Hop como Recurso Preventivo del Acoso Escolar: Análisis de 10 Canciones de Hip-Hop en Español sobre Bullying. *Qualitative Research in Education* 3(1), 1-30. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780192>

- Díaz-Aguado, M.J., Martínez, R., & Martín, G. (2004). *Prevención de la violencia y lucha contra la exclusión desde la adolescencia: la violencia entre iguales en la escuela y el ocio*. Madrid: INJUVE.
- Echeburúa, E. & Fernández-Montalvo, J. (1997). Tratamiento cognitivoconductual de hombres violentos en el hogar: un estudio piloto. *Análisis y Modificación de Conducta* 23(89), 355-384. Disponible en <http://www.ehu.es/echeburua/pdfs/8-ttociog-cond-maltratadores.pdf>
- Ferrer, V.A., Bosch, E., Ramis, M.C., Torrens, G. & Navarro, C. (2006). La violencia contra las mujeres en la pareja: creencias y actitudes en estudiantes universitarios/as. *Psicothema* 18(3), 359-366. Disponible en <http://www.psicothema.com/pdf/3223.pdf>
- García-Ruiz, R., Aguaded, J.I. & Rodríguez, A.I. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación. *Prisma social* 13, 576-609. Disponible en <http://www.redalyc.org/html/3537/353744532016/>
- Gorrotxategi, M. & Haro, I.M. (1999). *Materiales didácticos para la prevención de la violencia de género: unidad didáctica para Educación Secundaria*. Málaga: Consejería de Educación y Ciencia. Junta de Andalucía.
- Guarderas, P. (2014). La violencia de género en la intervención psicosocial en Quito: tejiendo narrativas para construir nuevos sentidos. *Athenea digital: revista de pensamiento e investigación social* 14(3), 79-103. Disponible en <http://atheneadigital.net/article/viewFile/v14-n3-guarderas/1269-pdf-es>
- INEC (2012). *Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres*. Quito: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC; Ministerio del Interior.
- Jiménez, A., Vayas, E.C. & Medina, F.N. (2017). Violencia y sexismo en la música más escuchada del 2016 en Ecuador y España. *Cuadernos del Cordicom* 3, 11-32. Disponible en http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Cuaderno_Cordicom_3.pdf
- Jiménez, J.F., Martín, T. & Puigdevall, N. (2009). Tipología de explotaciones didácticas de las canciones. *MarcoELE* (9), 129-140. Disponible en http://marcoele.com/descargas/expolingua_1999.jimenez-martin-puigdevall.pdf
- Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1982). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. In De Moragas, M. (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos* (pp. 127-171). Barcelona: Gustavo Gili.
- Llorens, A. (2013). *150 canciones para trabajar la prevención de la violencia de género en el marco educativo*. Valencia: Servicio de Educación, Ayuntamiento de Valencia. Disponible en [http://www.valencia.es/ayuntamiento/educacion.nsf/o/ABE702715C6E7F35C1257D8E0044006B/\\$FILE/150%20canciones%20para%20trabajar%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20la%20%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20en%20el%20marco%20educativo.pdf?OpenElement](http://www.valencia.es/ayuntamiento/educacion.nsf/o/ABE702715C6E7F35C1257D8E0044006B/$FILE/150%20canciones%20para%20trabajar%20la%20prevenci%C3%B3n%20de%20la%20%20violencia%20de%20g%C3%A9nero%20en%20el%20marco%20educativo.pdf?OpenElement)
- Medina, F. (25 de julio de 2017). Organismos de Derechos Humanos dicen que este año se han registrado 93 femicidios. *Actualidad, El Comercio*. Disponible en <http://www.elcomercio.com/actualidad/organismos-derechos-humanos-femicidios-ecuador.html>
- Ministerio de Educación. (2014). Educación para la Democracia y el Buen Vivir. *Campaña de Alfabetización y Educación Básica Monseñor Leónidas Proaño*. Ecuador. Disponible en <https://educacion.gob.ec/campana-nadie-nunca-mas/>
- Morales, P., Urosa, B. & Blanco, A. (2003). *Construcción de escalas de actitudes tipo Likert*. Madrid: La Muralla S.A.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide audience: Structure and decoding*. Londres: British Film Institute.

- Mosquera, M. (2003). Comunicación en salud: conceptos, teorías y experiencias. *Comminit, La iniciativa de la comunicación*. Comisionado por la Organización Panamericana de la Salud. Disponible en http://www.portalcomunicacion.com/obregon/pdf/Mosquera_2003.pdf
- Ortega, F., Pereira, C. & Igartua, J.J. (2016). Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. *Communication & Society* 29(3), 49- 68. Disponible en <http://dadun.unav.edu/handle/10171/41796>
- Perona, J.J., Barbeito, M.L. & Fajula, A. (2014). Los jóvenes ante la sono-esfera digital: medios, dispositivos y hábitos de consumo sonoro. *Communication & Society* 27(1), 205-224. Disponible en <http://dadun.unav.edu/handle/10171/36271>
- Pontón, J. (2009). Femicidio en el Ecuador: realidad latente e ignorada. *Boletín Ciudad Segura* (31), 4-9. Disponible en http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/286#.WKlrl_KmGZg
- Rodríguez-López, J. (2015). Videojuegos y video musical: Intertextualidad, interactividad y alfabetización mediática. *Temas de Comunicación* 30, 124-149. Disponible en <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/2552>
- Romero, P. (28 de enero de 2017). La violencia de género en Ecuador. *Noti mundo*. Disponible en <https://notimundo.com.ec/la-violencia-de-genero-en-ecuador/>
- Sánchez-López, J.A. (2002). Basquiat y El Bosco recuperados. El mito de la culpa y la caída en imágenes de video-clip: 'Until it Sleeps', Metallica, 1996. *Boletín de Arte* 23, 565-600.
- Sedeño, A.M. (2002). Inserción de formatos visuales en la escuela: Videojuego y video musical en el aula. *Edutec Revista Electrónica de Tecnología Educativa* 15. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/28058867_Insercion_de_formatos_visuales_en_la_escuela_Videojuego_y_video_musical_en_el_aula