

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**Video-tutoriales para una comunicación efectiva
del acompañamiento remoto de voluntarios de
Nietos Itinerantes hacia el albergue CAR
Cieneguilla**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Estefania Raiha Maldonado Lobato

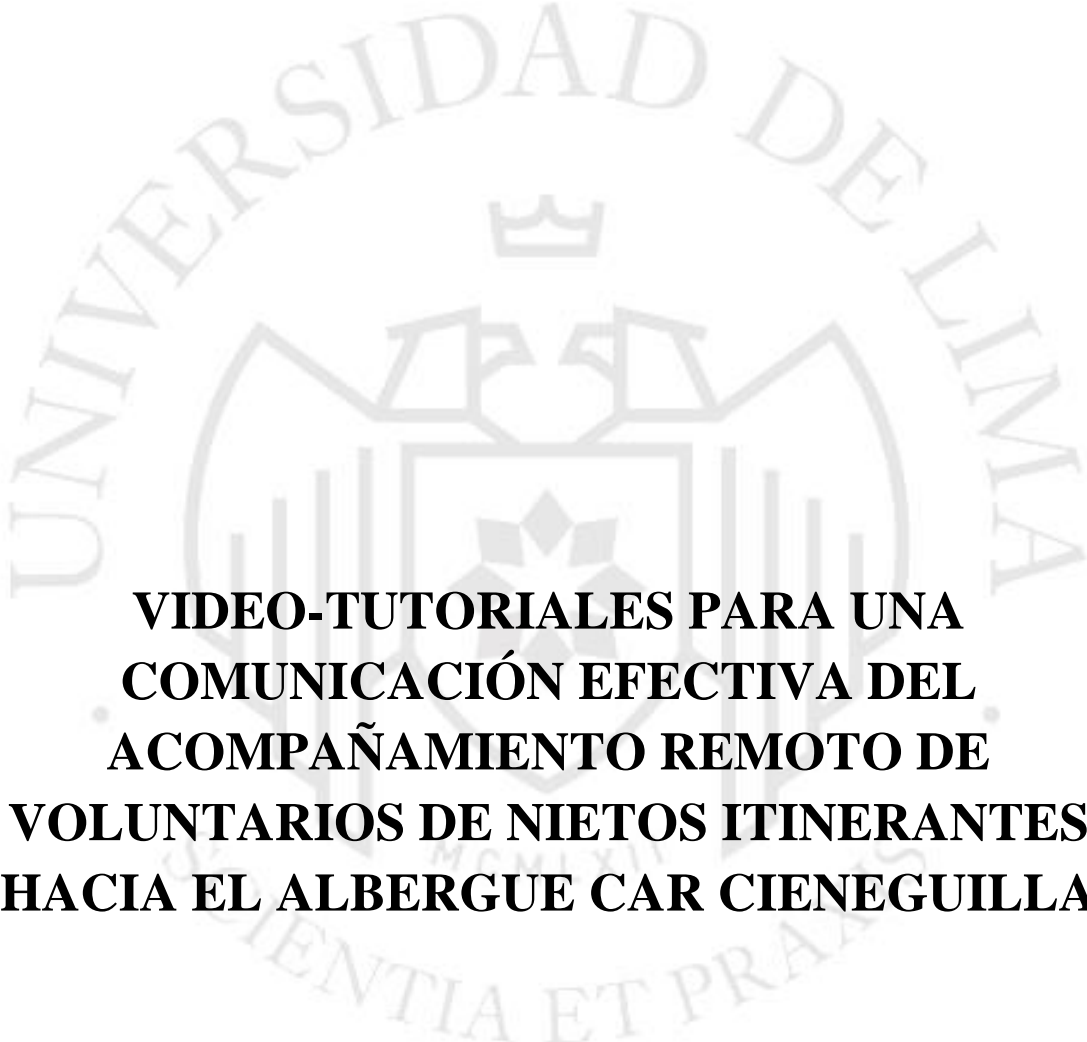
Código 20122855

Ximena Cecilia Galiano Febres

Código 20130511

Lima – Perú
09 de Octubre del 2020





**VIDEO-TUTORIALES PARA UNA
COMUNICACIÓN EFECTIVA DEL
ACOMPañAMIENTO REMOTO DE
VOLUNTARIOS DE NIETOS ITINERANTES
HACIA EL ALBERGUE CAR CIENEGUILLA**

ÍNDICE

RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	13
1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO	15
1.1 La falta de integración y participación del adulto mayor en la sociedad	15
1.1.1 Definiciones	15
1.1.1.1 Adulto mayor	15
1.1.1.2 El edadismo	15
1.1.2 El adulto mayor en el Perú	16
1.2 Nietos Itinerantes.....	18
1.2.1 Historia	18
1.2.2 Misión Visión	19
1.3 Problemática	19
1.3.1 Repercusión del Covid-19 en el adulto mayor peruano	19
1.3.2 Repercusión del Covid-19 en la labor de Nieto Itinerantes	20
1.3.3 Análisis del problema	22
1.3.3.1 Causas	23
1.3.3.2 Consecuencias	25

1.4 Diagnóstico	25
1.4.1 Micro entorno Nietos Itinerantes	25
1.4.1.1 Estructura organizacional	26
1.4.1.1.1 Red de voluntarios y labores	27
1.4.1.2 Recursos financieros y donaciones	28
1.4.1.3 Población beneficiada	28
1.4.1.3.1 Adultos Mayores	28
1.4.1.3.3 Albergue de acción	30
1.4.1.4 Comunicación	30
1.4.1.4.1 Comunidad digital	31
1.4.2 Macro ambiente	33
1.4.2.1 Aspectos demográficos	33
1.4.2.2 Aspectos políticos	34
1.4.2.3 Aspectos económicos	39
1.4.2.4 Aspectos socioculturales y tecnológicos	40
1.5 Público objetivo.....	41
1.6 Análisis CAP	42
1.6.1. Análisis de comportamientos de voluntarios	42
1.7 Conclusiones de diagnóstico	45

2. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN. Estrategia: Diseño instruccional y realización de video-tutoriales para voluntarios de NI46

2.1 Propuesta creativa: Nietos a Distancia47

2.2 Público objetivo..... 47

2.3 Descripción del programa.....47

2.3.1. Táctica: Metodología PRADDIE.....48

2.3.1.1 Análisis.....51

2.3.1.2 Características de la instructora51

2.3.1.3 Lo que necesita aprender la audiencia52

2.3.1.4 Limitaciones53

2.3.1.6 Fecha límite para implantar la instrucción54

2.3.1.7 Las actividades que se necesita que el voluntario realice para el logro de las competencias54

2.3.2 Diseño54

2.3.2.1 Selección del ambiente54

2.3.2.2 Señalamiento de los objetivos instruccionales54

2.3.2.3 Selección de estrategias pedagógicas55

2.3.2.4 Secuencia de instrucción56

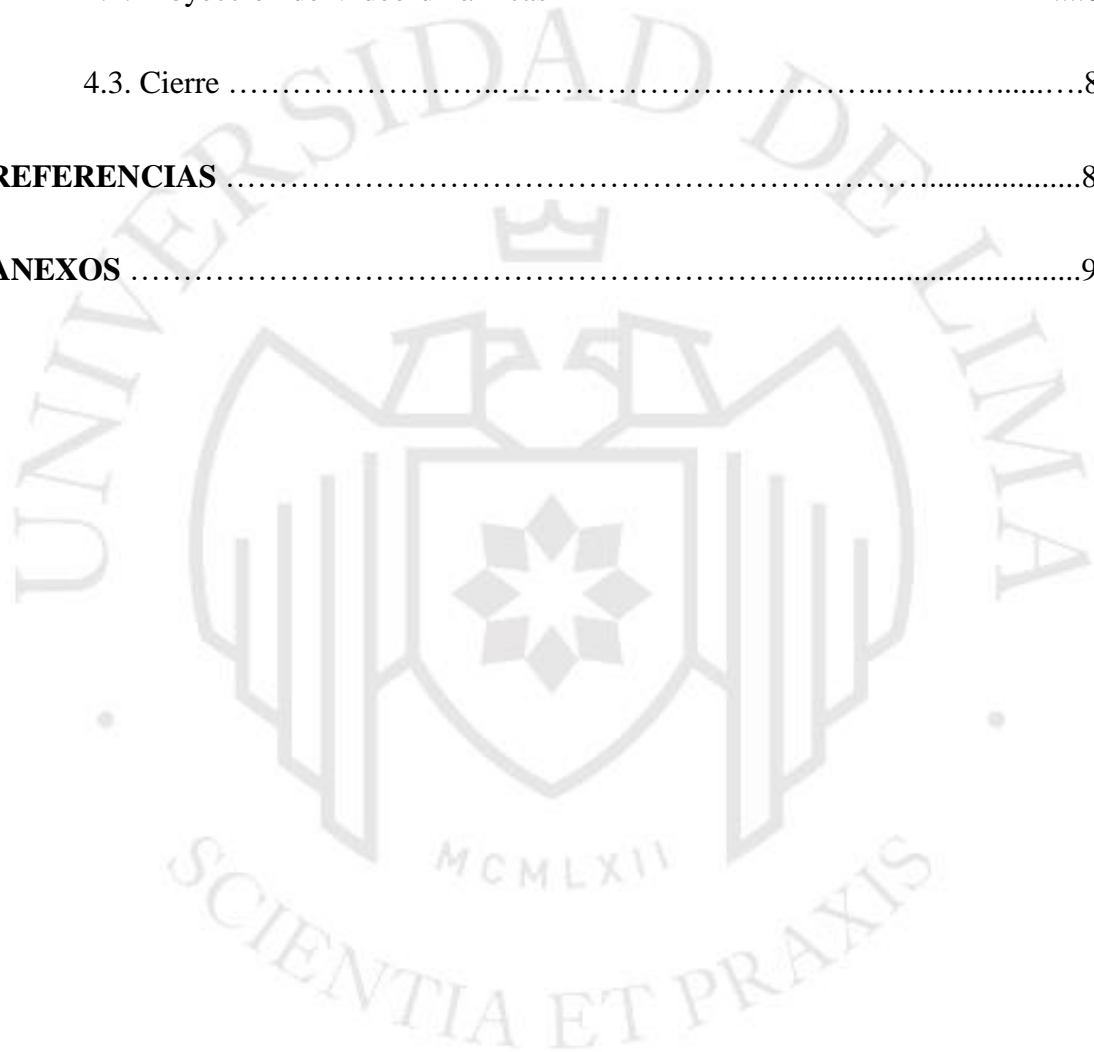
2.3.2.5 Bosquejo de las clases56

2.3.2.6 Diseño del contenido del curso57

2.3.3 Desarrollo62

2.3.4 Implementación	63
2.3.5 Evaluación	64
2.3.5.1 Desarrollo de pruebas para medir estándares instruccionales	64
2.3.5.2 Implantación de pruebas y evaluaciones	66
2.3.5.3 Evaluaciones sumativas para emitir juicio de la efectividad de la instrucción	67
2.3.5.4 Indicadores de evaluación de la adopción de conocimientos.....	68
2.3.5.5 Indicadores de evaluación para la población beneficiada.....	70
2.4. Objetivo del programa.....	71
2.5. Plan de medios.....	71
2.5.1. Selección	72
2.5.2. Periodicidad y plazos de ejecución.....	72
3. SUSTENTACIÓN	73
3.1 Justificación.....	73
3.1.1 Importancia de abordar esta problemática.....	73
3.1.2 Elección de Estrategia comunicacional.....	74
3.1.3 Importancia en la organización.....	75
3.2 Validación del proceso del Video-Tutorial piloto.....	76
3.2.1 Metodología.....	76

3.2.2 Detalle de resultados y eficacia.....	76
3.3 Correcciones.....	81
4. RECOMENDACIONES.....	84
4.1. Efectividad de tutoriales.....	84
4.2. Proyección de Video-dinámicas	84
4.3. Cierre	85
REFERENCIAS	86
ANEXOS	91



Dirección web de las piezas y producciones de comunicación parte del trabajo:

[https://drive.google.com/drive/folders/10YUMQjSfcODXeUEZVaitRvrDLKwbxZSW?
usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/10YUMQjSfcODXeUEZVaitRvrDLKwbxZSW?usp=sharing)



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Casos positivos de COVID-19, según etapa de vida.

Tabla 1.2 Mortalidad y Letalidad por COVID-19 según grupos de edad.

Tabla 1.3 Políticas para el adulto mayor en el contexto del COVID-19.

Tabla 1.4 Análisis CAP de los voluntarios.

Tabla 1.5 Análisis CAP de comportamientos del público objetivo.

Tabla 2.1 Planteamiento de los saberes de técnicas audiovisuales.

Tabla 2.3 Planteamiento de los saberes de la tutora.

Tabla 2.4 Planteamiento del curso- módulo 1.

Tabla 2.5 Planteamiento del curso- módulo 2.

Tabla 2.6 Desarrollo de grabaciones.

Tabla 2.7 Formulario de conceptos.

Tabla 2.8 Formulario de validación de efectividad.

Tabla 2.9. Indicadores de evaluación de la capacitadora

Tabla 2.10. Formulario de evaluación de voluntario a voluntario.

Tabla 3.1 Objetivo 2 de investigación.

Tabla 3.2 Objetivo 3 de investigación.

Tabla 3.3 Correcciones de nombre del módulo 1.

Tabla 3.4 Correcciones de nombre del módulo 2.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Árbol de problemas.

Figura 2.1 Modelo PRADDIE diseñado por Cookson.

Figura 2.2 El proceso del pre-análisis por Cookson.

Figura 2.3 La metodología PRADDIE. Elaboración propia.

Figura 2.4 Validación de video-tutoriales sobre manejo de cámara y edición de videos.

Figura 2.5 Validación de video-tutoriales sobre las herramientas para mejorar la comunicación oral y corporal frente a la cámara.

Figura 2.6 Fuentes del problema.

Figura 2.7 Posibles soluciones.

Figura 3.1 Comodidad con las actividades.

Figura 3.2 Desenvolvimiento frente a la cámara.

Figura 3.3 Efectividad de comunicación al grabar.

Figura 3.4 Respuestas a video-tutoriales.

Figura 3.5 Recepción de video-tutoriales.

Figura 3.6 Claridad de los temas sobre la comunicación oral y corporal.

Figura 3.7 Claridad de los temas sobre manejo de cámara y edición de video.

RESUMEN EN ESPAÑOL

Tras la llegada en marzo del COVID-19 al Perú, el gobierno decretó el aislamiento social de la población, sumado a medidas enfocadas a los grupos vulnerables cuyo factor de riesgo era más elevado, como es el caso de los adultos mayores. Así, el aislamiento social del adulto mayor tuvo repercusiones en el ámbito cognitivo y emocional, induciéndolos a la sensación de soledad y depresión. Dentro de este contexto, el equipo de voluntarios de Nietos Itinerantes, asociación civil encargada de la revalorización de los adultos mayores y su apoyo cognitivo-emocional, se vio en la obligación de suspender sus visitas y actividades en los albergues a cargo de INABIF. En esta nueva normalidad, asumen el reto de recrear las dinámicas presenciales en actividades audiovisuales, ámbito en el que no cuentan con experiencia. Así, este caso de titulación propone una serie de video-tutoriales dirigidos al voluntariado para mejorar su técnica audiovisual y brindarles herramientas comunicacionales que contribuyan a la realización de un video con un mensaje eficiente hacia el adulto mayor del albergue.

Adultos mayores, video-tutoriales, Nietos Itinerantes, video-dinámicas.

ABSTRACT

After COVID-19 reached Peru in March, Peruvian government stated quarantine for the whole country including some particular actions for groups that were more vulnerable to the virus such as the elderly. However, social isolation affected them cognitive and emotionally, taking them to depression and loneliness. In this context, a civil association of volunteers, “Nietos Itinerantes”, whose main task aims to revalue elderly people among society and to support their emotional and cognitive development, was forced to cancel their visits and twice a month activities in the INABIF shelters where they assist. Inside this new normality, they’re facing a new challenge. It’s needed to adapt their past face to face activities to digital platforms and its demands. A totally new field where unfortunately, they have no experience nor any kind of specialist support. Thus, this degree project proposes a series of video tutorials that will teach them some audiovisual techniques concepts and communication skills while helping to their video-activities in the shelters.

Elderly, video tutorials, Nietos Itinerantes, audiovisual communication.

INTRODUCCIÓN

En la sociedad peruana se suele desacreditar al adulto mayor para realizar sus labores únicamente por su edad, ya sea conducir, ciertos ejercicios, ingresar a un establecimiento u otros. Es cierto que también acceden a beneficios; sin embargo, más son las limitantes tanto espaciales como psicológicas a las que someten a los adultos mayores.

A este problema se lo conoce como “edadismo” y se puede visualizar cómo la misma sociedad somete a la persona bajo un estereotipo al margen de la comunidad y de las actividades cívicas condenando al abandono, la soledad y el aislamiento al adulto mayor. (Vargas, 2019) En ese sentido, la misma sociedad es la que degrada la calidad de vida del adulto mayor, al quitarle las facultades de accionar frente a un mundo que cada vez tiene una esperanza de vida con un promedio mayor de edad. Tal como menciona el INEI en un reporte del 2019 cuya esperanza de vida en el peruano al 2020 es de 76,9 años de vida. (INEI, 2019)

“...Esa falta de relaciones humanas, de contactos interpersonales y sociales, de estímulos, informaciones e instrumentos culturales, los hace olvidar su pertenencia a la comunidad, y encerrarse en sí mismos, con el consiguiente proceso de autodegradación física y mental...” (Vargas, 2019. Párrafo 5)

Bajo este contexto existen asociaciones enfocadas en mejorar la realidad para esta población, revalorizar su participación ciudadana y mejorar su calidad de vida. Este es el caso de Nietos Itinerantes, asociación civil que vela por los derechos de los adultos mayores de los albergues CAR Cieneguilla y CAR San Miguel, ambos pertenecientes a INABIF.

Dada la coyuntura del COVID-19, esta asociación se enfrenta al reto de transformar su acompañamiento físico y asesoría legal en los albergues en contenido audiovisual para continuar con su agenda anual. El reto está en generar una conexión con los adultos mayores sin estar presente y que sus actividades logren los objetivos tanto en su desarrollo cognitivo como emocional.

Así nos enfocamos en los voluntarios de Nietos Itinerantes como nuestro público objetivo, el cual está conformado por un equipo de 68 personas de 18 a 75 años. Nuestro

objetivo es orientar su trabajo comunicacional desde casa. De manera útil, concisa y sencilla desarrollaremos siete video-tutoriales explicando herramientas técnicas y comunicacionales esenciales para la construcción de estas video-dinámicas.



1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO

1.1 La falta de integración y participación del adulto mayor en la sociedad

1.1.1 Definiciones

1.1.1.1 Adulto mayor

El adulto mayor es el individuo de la sociedad que se encuentra en la tercera edad, es decir, en la última etapa de vida previa al fallecimiento. Comprende a partir de los 60 años y es en esta etapa donde surge un deterioro cognitivo y físico significativo del ser humano. Según la OMS (2016):

La población mundial está envejeciendo a pasos acelerados. Entre 2000 y 2050, la proporción de los habitantes del planeta mayores de 60 años se duplicará, pasando del 11% al 22%. En números absolutos, este grupo de edad pasará de 605 millones a 2000 millones en el transcurso de medio siglo (Sección Programa de la OMS, 2016) .

Debido al aumento de la esperanza de vida y a la disminución de la tasa de fecundidad, la proporción de personas mayores de 60 años está aumentando más rápidamente que cualquier otro grupo de edad en casi todos los países. El envejecimiento de la población puede considerarse un éxito de las políticas de salud pública y el desarrollo socioeconómico, pero también constituye un reto para la sociedad, que debe adaptarse a ello para mejorar al máximo la salud y la capacidad funcional de las personas mayores, así como su participación social y su seguridad (Sección Temas de salud de la OMS, 2015).

1.1.1.2 El edadismo

Existen tres formas principales de discriminación: discriminación por raza, discriminación por sexo y discriminación por edad (Munive et al, 2020, p. 44). La tercera, también conocida como *viejismo*, consiste en el trato perjudicial o percepción

condicionada que se le da a un individuo por su edad. “Es decir, edadismo en las personas, pueden ser consideradas como tal, las ideas, actitudes, creencias y prácticas individuales que son tendenciosas hacia los individuos o grupos a causa de su edad” (Munive et al, 2020, p. 44).

Vargas (2019) afirma que el edadismo es uno de los principales problemas actuales, donde el respeto a la vida y los derechos de los demás pasa a segundo plano y así, “la atención se concentra en la eficiencia e imaginación de los jóvenes, y excluye de los ‘circuitos productivos’ y de las relaciones sociales a los de la tercera edad” (sección Reflexiones, párr. 3).

De esta manera, el edadismo contribuye al relego social y participativo de los adultos mayores en las actividades, toma de decisiones y actualización del entorno en el que habitan. Surge entonces el aislamiento social, la soledad y la indiferencia de los más jóvenes para la consideración de sus derechos.

A esos hombres que nos dieron vida y contribuyeron a forjar la sociedad en que vivimos, los alejamos poco a poco de nuestro ambiente social y familiar, los situamos al margen de la comunidad y de las actividades cívicas, y condenamos al abandono, la soledad y el aislamiento (Vargas, 2019, sección Reflexiones, párr. 4).

1.1.2 El adulto mayor en el Perú

A continuación, indicaremos algunos datos que evidencian el estado y percepción del adulto mayor en la sociedad peruana. Estos demuestran su relego social y el fomento del edadismo.

Según la Defensoría del Pueblo (2019), existen 10 derechos o “dimensiones de bienestar” que se priorizan en las políticas nacionales: educación, pensiones, empleo, vivienda, ambiente sano, salud, vida sin violencia, integración social, acceso a las comunicaciones e identidad (p.13-14)

Como forma de exclusión social, el 30,71% de las mujeres adultas en el Perú no sabe leer ni escribir y “no recibió un programa de alfabetización en los últimos doce meses, frente al 9,37% de hombres en el mismo grupo de edad”, tal como indica la Ley de la Persona Adulta Mayor. (Defensoría del Pueblo, 2019, p. 12). Asimismo, los límites en la educación impiden el alcance a una pensión de jubilación. Debido a que existe una brecha educacional entre las mujeres y los hombres de la población de adultos mayores, la mayoría de las mujeres no cuenta con este beneficio con un 73.90%, a diferencia de los hombres con un 51,82% (Defensoría del Pueblo, 2019, p. 15). “Esto significa que la mitad de la población, cifra superior en el caso de las mujeres, no cuenta con ningún ingreso proveniente del Estado” (p.15).

De acuerdo con la Defensoría del Pueblo (2019) el 11,93% de las mujeres adultas cuenta con un trabajo no remunerado y en el caso de los hombres es un 4.04%. Además, el 10.99% de hombres y el 9.42% de mujeres vive en pobreza (p.17).

Muchas veces, los adultos mayores son sometidos a trabajos del hogar como forma de pago por su estadía y cuidado. La Defensoría del Pueblo (2019) rescató testimonios en sus estudios que indican lo siguiente:

Las participantes se refirieron al rol que ejercen las adultas mayores en la familia. Una de ellas señaló que se han vuelto “abuelas esclavas”, en tanto que, al no contar con una pensión de jubilación, deben hacerse cargo del trabajo doméstico y del cuidado de los nietos. Destacaron que, en ocasiones, los hijos ponderan los gastos asociados a las adultas mayores como una carga y consideran que las actividades de cuidado son obligaciones que les corresponden como contrapartida por el gasto que se realiza en su sostenimiento material.

En contraparte, también afirmaron que existen casos en los que las adultas mayores se dedican al cuidado de los nietos porque desean hacerlo y no por ser una obligación; sin embargo, en otras ocasiones, algunas adultas mayores optan por “huir” de sus casas para realizar actividades fuera del hogar. Por tanto, observaron que a las complicaciones propias del envejecimiento se suma una serie de obligaciones que implican cargas que las adultas mayores no pueden ni deben soportar. (P. 16)

A su vez, en Perú, la persona adulta mayor (PAM) ha sufrido violencia de diferente índole. El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables MIMP (2015), reportó 2.251 casos. Dentro de ellos, 1.492 son de violencia psicológica, 723 de violencia física y 56 casos de violencia sexual (Sección Notas de Prensa, párr. 1). Aproximadamente, el 44% de la violencia psicológica generada hacia las PAM provienen de sus propios hijos e hijas. Mientras que el 24% de la violencia física es causada por ambos (Nole Silva, 2015, Sección Noticias, párr. 3). Además, de acuerdo con el MIMP (2015) las PAM sufren casos de violencia patrimonial. Es decir, el control, sustracción, pérdida o posesión indebida de sus bienes personales, al igual que sus documentos personales o sus ingresos (Sección Nota de Prensa, párr. 5). Por último, existe, además, la violencia por omisión; es decir, aquella que surge del abandono y el descuido del adulto mayor.

1.2 Nietos Itinerantes

1.2.1 Historia

Nietos Itinerantes (NI) es una asociación sin fines de lucro que trabaja en el empoderamiento de las PAM a través de la promoción y protección de sus derechos. Promover la valoración de la vejez como un proceso natural, erradicar el edadismo y el trabajo físico de las mismas; se realiza una intervención emocional y cognitiva. Es decir, se potencia las habilidades de las PAM a través de un enfoque psicológico y educativo (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

NI, nace en diciembre del 2016 gracias a un evento navideño, donde compartieron por primera vez con los residentes del centro de atención residencial Cieneguilla de INABIF. Su labor consiste en desarrollar talleres lúdicos y de terapia ocupacional en los centros residenciales. Trabajan con alrededor de 180 PAM. Estos talleres buscan aminorar el deterioro cognitivo y a poder canalizar sus emociones (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

Asimismo, brindan orientación sobre sus derechos mediante charlas y consultas para que puedan tomar decisiones informadas y conseguir el mejor escenario posible sobre el ejercicio de sus derechos (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

NI busca visibilizar el envejecimiento natural en la sociedad a través de campañas de sensibilización e incidencia por diferentes canales ya sea en mesas de trabajo, acciones en redes, *webinars* u otras actividades (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

1.2.2 Misión y Visión

A través de una entrevista a Rosaestela Gomez, co-fundadora de Nietos Itinerantes, definimos la misión y visión de la empresa (Anexo de entrevistas).

Misión: Revalorar el rol y los aportes de las personas adultas mayores en la sociedad a través de un programa de acompañamiento, charlas, consultorios jurídicos y campañas de sensibilización e incidencia que contribuyan a mejorar su calidad de vida y al disfrute pleno de sus derechos.

Visión: “Ser una sociedad con personas adultas mayores participativas, conectadas con sus comunidades, visibilizadas y validadas como ciudadanos que aportan en la construcción de un Perú mejor”.

1.3 Problemática

1.3.1 Repercusión del Covid-19 en el adulto mayor peruano

El adulto mayor está dentro del grupo de los pacientes de riesgo frente al coronavirus. El Ministerio de Salud (2020) decretó como grupo de riesgo a “las personas mayores de 65 años o quienes cuenten con comorbilidades como: hipertensión arterial, diabetes mellitus, enfermedades cardiovasculares, asma, enfermedad pulmonar crónica, insuficiencia renal crónica, cáncer, obesidad u otros estados de inmunosupresión” (como se citó en El Peruano, sección Actualidad, párr. 4).

Mediante el Decreto Supremo 146-2020-PCM el gobierno indica que la emergencia sanitaria por el COVID-19 se prorroga hasta el 30 de septiembre (El peruano, 2020, párr. 9). Las regiones de Cusco, Moquegua, Puno, Tacna, Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lima, Madre de Dios y Pasco se encuentran en cuarentena focalizada en zonas específicas (El Peruano, 2020, párr. 19).

Los adultos mayores de 65 años, al pertenecer a la población de riesgo no pueden salir de su domicilio, salvo para:

- Solicitar atención médica urgente o ante una emergencia.
- Adquirir alimentos, medicinas y servicios financieros, en caso de no tener a ninguna persona que los apoye.
- Cobrar algún bono otorgado por el Gobierno por la Emergencia Nacional.
- Cobrar una pensión en una entidad bancaria.
- Realizar un trámite que exija su presencia física (Gob.pe, 2020, Sección cuidados del adulto mayor frente al coronavirus, párr. 8).

En mayo del 2020, el diario Gestión (2020) indicó que el presidente de la Sociedad Peruana de Medicina Intensiva, Jesús Valverde, comunicó que debido a la propagación del virus los médicos empezarían la fase de selección y ya no se permitiría el ingreso de pacientes adultos mayores, ya que se priorizaría a la población que tiene un pronóstico de recuperación alto (Sección Perú, párr.1).

El aislamiento social obligatorio ha generado también, inestabilidades emocionales y cognitivas en los adultos mayores. De acuerdo con Eduardo Sotomayor (2020), geriatra de Sisol Salud, indica que el no poder ver a sus familiares ha generado en las PAM “cuadros de depresión, deterioro en la memoria y otras enfermedades propias de su edad” (citado en Andina, sección Actualidad, párr. 1).

1.3.2 Repercusión del Covid-19 en la labor de Nieto Itinerantes

Previo a la emergencia sanitaria, Nietos Itinerantes consiguió 72 visitas en tres centros de atención residencial y dentro de estas, 197 adultos mayores participaron del acompañamiento. Asimismo, realizaron un programa de voluntariado con AIESEC, una organización de intercambio y liderazgo juvenil. Así, con todos los esfuerzos pudo sensibilizar a más de 200 personas a través de las visitas abiertas. Generó también 6 proyectos de voluntariado corporativo y 3 campañas de donación con empresas como

Starbucks, Grupo Centenario y un área del BCP y organizaciones (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

En el ámbito legal, realizaron 4 charlas y consultorios jurídicos en Lima y Ayacucho dentro de las cuales participaron 300 PAM en total. Lograron, además, una cooperación interinstitucional sostenida con Alianza Pro Bono y fomentaron el involucramiento y la sensibilización a través de la acción de los estudios jurídicos Echeopar, Miranda & Amado y Rodríguez Angobaldo (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

En suma, desarrollaron una Mesa de Trabajo en pos del adulto mayor en el Congreso de la República, crearon un *webinar* internacional llamado “Diálogos por la vejez” y generaron relación con instituciones gubernamentales como INABIF, Defensoría del Pueblo, Pensión 65 y la Municipalidad de Lima. Además, realizaron campañas en redes sociales con los mensajes “Valora a los mayores” y “Ejemplo de mayores” para sensibilizar a la población joven y erradicar los estereotipos hacia el adulto mayor (Memoria anual Nietos Itinerantes, 2019).

Dada la coyuntura, las visitas de Nietos Itinerantes se han visto interrumpidas y con esto, su plan de crecimiento del año 2020. El aislamiento ha generado cuadros de depresión y sentimiento de soledad en los beneficiados. Como respuesta al contexto, la organización ha desarrollado un sistema de acompañamiento telefónico para brindar información sobre el COVID o para cualquier conversación que permita olvidarse del mismo, las informaciones de las líneas telefónicas se compartieron abiertamente en sus canales de comunicación. A la vez, se sumaron al equipo de Voluntarios del Bicentenario y MIDIS con el apoyo del equipo para el monitoreo de los adultos mayores y para la elaboración de los lineamientos de las llamadas telefónicas. Además, realizan un taller sobre realidad nacional y sugerencias para desarrollar una comunicación telefónica eficiente (Presentación interna Nietos Itinerantes, 2020).

Asimismo, continuaron con los seminarios y las charlas en línea, incluyendo la capacitación virtual de su equipo. Se pronunciaron también en favor de la protección de las PAM y sus derechos ante la pandemia para generar mecanismos de atención de los adultos mayores en las calles y permitir su acceso al servicio UCI. En tanto a campañas de donaciones, ayudaron a 135 familias cuyas jefaturas son adultos mayores que no recibieron el bono familiar del estado en Lima, Callao, Ayacucho, Tacna, Piura, Trujillo

y Tarapoto a través de canastas de víveres para 15 días de alimentación. Además, ayudaron a 119 PAM de centros de atención residencial de Lima y Tacna con la entrega de alimentos, pañales, útiles de aseo y juegos de mesa. Se enfocaron también en difundir material informativo como recomendaciones, buenas prácticas, medidas de gobierno y acciones de sensibilización y en la promoción de emprendimientos de las PAM (Presentación interna Nietos Itinerantes, 2020).

1.3.3 Análisis del problema

Después de realizar 4 entrevistas al equipo voluntario de Nietos Itinerantes y 2 conversaciones con personal administrativo del INABIF, pudimos detectar el problema central que actualmente afecta a la organización dentro del contexto de la emergencia sanitaria.

El principal obstáculo para realizar sus actividades es la imposibilidad de tener contacto con las PAM, indispensable para ejercer el objetivo central de Nietos Itinerantes. Se necesita la presencia física para trabajar con los adultos mayores en el ámbito cognitivo, educacional y para el acompañamiento emocional. Sin embargo, a 6 meses del estado de emergencia, la organización ha logrado adaptar su mensaje al contenido audiovisual. Están realizando video-dinámicas grabadas para transmitirse en la televisión del albergue cada domingo. (Análisis de Vídeo-dinámicas actuales de Nietos Itinerantes en Anexos).

No obstante, descubrimos que los voluntarios tienen problemas en el manejo de cámara y el desenvolvimiento para comunicar efectivamente el mensaje y el afecto que tienen hacia los beneficiados. Asimismo, sólo cuentan con una encuesta de llenado físico para las PAM luego de cada sesión. Así comprobar si el mensaje llega con claridad y genera el efecto deseado en ellos, mas no tienen cómo saberlo en tiempo real y modificar su tono de comunicación en el momento de la sesión. A continuación, detallaremos el problema, sus causas y consecuencias a través del “árbol de problemas”.

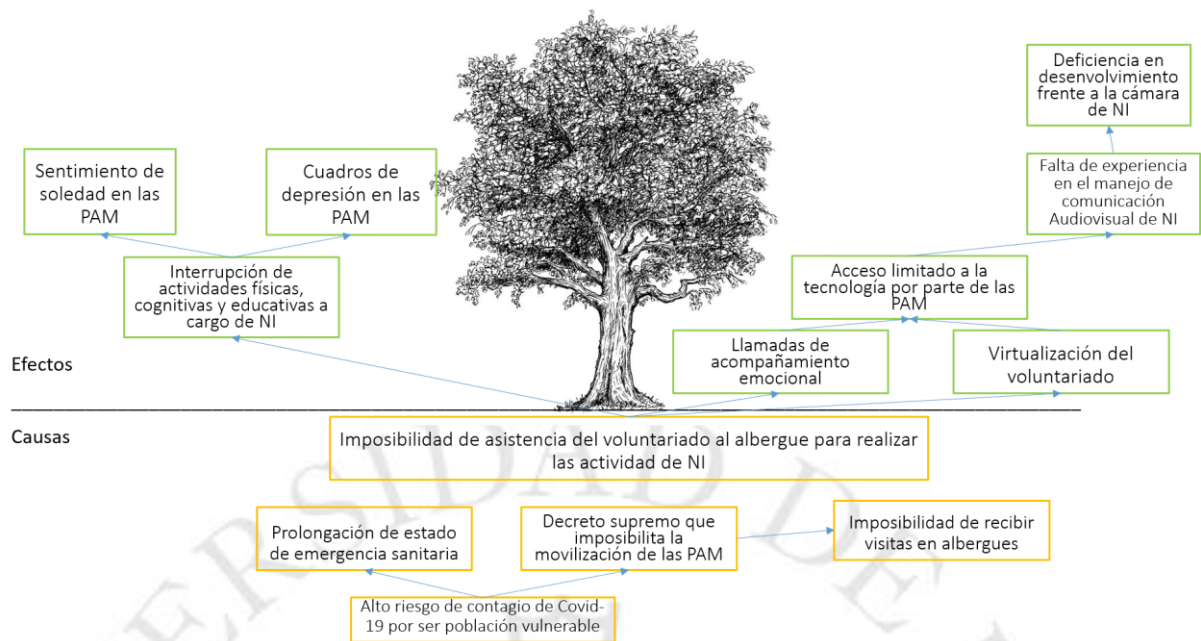


Figura 1.1. Árbol de problemas

1.3.3.1 Causas:

Desde el 16 de marzo de 2020 se decretó el estado de emergencia sanitaria a nivel nacional por parte del gobierno peruano debido a la facilidad de contagio del covid-19. Basta que una persona infectada asintomática y sin mascarilla converse frente a otra con mascarilla y salpique algún flujo a los ojos, ya se produce el contagio. Por ello es importante la protección de ojos, nariz y boca, sobre todo. La OMS tiene una serie de medidas de protección en su portal y en sus diferentes canales digitales como lavarse las manos con frecuencia, cubrirse con el antebrazo al toser o estornudar, mantener el distanciamiento de un metro como mínimo y sobre todo mantenerse informado a diario. En otras palabras, se puede evitar el contagio con las mascarillas y protectores faciales, pero estos no son un factor determinante.

Al tratarse de una enfermedad que afecta al sistema respiratorio y al comprender la gravedad del caso, el gobierno peruano optó por proteger a los grupos vulnerables de la nación. Así publicó un decreto supremo incluyendo como grupo vulnerable a las PAM, personas con hipertensión arterial, diabetes, enfermedades cardiovasculares, enfermedad pulmonar crónica, cualquier tipo de cáncer y otras que padecen estados de inmunosupresión.

Al pertenecer a un grupo vulnerable de contagio, los albergues del INABIF para las PAM restringieron sus visitas y salidas de los residentes, mas no de los trabajadores. Con estos últimos se tomaron otras medidas como la división de dos grupos de trabajo para que laboren en los centros intercalando un mes de labores. Por ejemplo, si a un grupo de colaboradores del albergue A le toca trabajar el mes de septiembre, su siguiente mes de labores es noviembre, comenta Erik Torres, Administrador de CAR Cieneguilla ubicado en Carmen de la Legua y Reinoso.

A pesar de que el gobierno peruano cuenta con solo 4 albergues a nivel nacional y siguiendo todas las medidas de seguridad mencionadas, no se evitó el contagio de uno de los técnicos de enfermería, quien al enterarse de su estado se mantuvo en cuarentena junto con otras 5 PAM que estuvieron en contacto con el mismo. Felizmente ningún caso pasó a mayores complicaciones, acotó Torres más tranquilo.

Así como en los albergues, a pesar de tomar las medidas de seguridad decretadas por el gobierno para algunos es complicado seguirlas. La BBC (mayo, 2020) menciona 4 motivos por los que el Perú mantiene una alta tasa de contagios a pesar de haber sido uno de los primeros países en implementar la cuarentena obligatoria.

Primero, un 71% de ingresos en el país provienen de la informalidad lo cual implica que carecen de un salario fijo mensual para su alimentación. Segundo, solo el 21% de familias pobres cuenta con un refrigerador debido a ello no pueden guardar mucho tiempo sus alimentos perecibles. Tercero, solo el 38% de la población peruana es bancarizada. Y cuarto y último, estas 3 anteriores variables propiciaron las aglomeraciones en diferentes puntos: mercados, transporte público y bancos. El diario digital, sugiere que el gobierno pudo haber evitado la gran cantidad de contagios haciendo un seguimiento exhaustivo de los contagiados y manteniendo el aislamiento de los mismos. Lamentablemente, el estado se enfocó en las soluciones en lugar de las prevenciones motivo por el cual los contagios se siguieron extendiendo. Por tanto, el estado de emergencia se prolongó hasta el 30 de septiembre del 2020, informó Walter Martos, jefe del gabinete en una conferencia de prensa.

1.3.3.2 Consecuencias:

Como consecuencia de las causas ya mencionadas, se dio el aislamiento social del adulto mayor físico y emocional puesto que al no poder recibir visitas las PAM tienden a permanecer en una rutina lo cual genera “pensamientos rumiantes”, como menciona Rosaestela cofundadora de NI. Dichos pensamientos generan ansiedad y estrés en las PAM lo cual disminuye su estado anímico y los vuelve aún más vulnerables a contraer cualquier enfermedad.

Además, el 40% del total de las PAM en los albergues recibían de 2 a 3 visitas mensuales antes del estado de emergencia sumado a los voluntarios que realizaban 1 visita semanal; dichos espacios recibían 5 visitas mensuales en promedio. En contraste, hoy ya no se reciben visitas ni salidas guiadas al parque ni cines y/o centros comerciales pues se restringieron. Esto ha afectado directamente al estado anímico del adulto mayor, incrementando la sensación de soledad y los índices depresivos de los centros, comenta Diana Culquicondor, voluntaria de NI y enfermera gerontóloga.

Los voluntarios están al tanto del estado de las PAM pues realizan un seguimiento telefónico no directamente con las mismas pues estas carecen de celulares, pero sí se comunican con el personal administrativo quienes informan cuando necesitan algo como medicinas o cuando una PAM necesita conversar con alguien para expresar sus emociones, pero normalmente es complicado, relata Alejandra Conca, líder de voluntarios en NI, quien constantemente llama al albergue para preguntar cómo están las PAM.

1.4 Diagnóstico

1.4.1 Microentorno Nietos Itinerantes

Como se mencionó anteriormente, NI tomó diferentes acciones en respuesta a la emergencia sanitaria para favorecer a las PAM más vulnerables del Perú respetando el aislamiento social. A través de los medios digitales, llamadas telefónicas y la entrega de canastas con productos de primera necesidad, comentó Conca.

1.4.1.1 Estructura organizacional

Según las entrevistas, NI es como una familia donde colaboran mutuamente unos con otros. Sí cuentan con cargos definidos pero las ganas de apoyarse entre todos y el poco tiempo disponible debido a que todos tienen trabajos alternos hace que algunos proyectos se posterguen. A continuación, detallamos el organigrama actual que, incluso, mientras Rosaestela lo iba narrando me comentaba que la mayoría de decisiones se toman entre 2 personas. (Anexo de entrevistas).

1. Consejo por los 3 miembros fundadores: Rosaestela Gómez Olguín, Andrea Casaretto Paniagua y Juliarosa Olguín Fernández.
2. Debajo, directoras ejecutivas: Rosaestela Gómez y Andrea Casaretto.
3. Debajo, directoras de intervención social:
 - 3.1. Coordinador de metodología
 - Voluntarios
 - Adultos mayores
 - 3.2. Coordinador de Voluntarios (Similar a Recursos Humanos).
 - Captación de voluntarios
 - Voluntarios
 - Adultos mayores
 - 3.3. Coordinador de Proyectos sociales
 - Voluntarios
 - Adultos mayores
 - 3.4. Director de soporte y recursos

- Mk y recaudación
- Admin y finanzas

1.4.1.1.1 Red de voluntarios y labores

Su proceso de reclutamiento es juicioso y profesionalizado, comenta Alejandra Conca líder de voluntarios en NI. Cuentan con dos procesos, uno es metodología y otro de objetivos e identificación de instrumentos de medición estructurados con etapas definidas.

Su programa de voluntariado está enfocado en generar agentes de cambio. Apuntan a que sean embajadores/as de su objetivo, para lo cual llevan un periodo de inducción, capacitación y jornadas de integración con impacto dual, en función de mejorar la calidad de vida de las PAM y en función de los aprendizajes como voluntario/a. (Memoria anual 2020)

Hoy NI cuenta con 40 voluntarios antiguos y activos, 10 semi-activos (con tiempos reducidos, pero con ganas de seguir apoyando sí disponen de tiempo) y 17 nuevos que acaban de ingresar a finales de agosto 2020.

Todos los voluntarios de NI, líderes y no líderes, han sido separados estratégicamente en grupos de 4 personas para la realización de las video-dinámicas. Estas producciones deberán entregarse cada viernes del año, empezando desde el viernes 11 de septiembre. Cada video será realizado por 1 grupo cada semana y deberá contener la siguiente estructura: Bienvenida y calentamiento corporal, dinámica 1, dinámica 2, dinámica 3 y despedida.

En cuanto a las funciones de liderazgo de la asociación, es ejercida por 6 voluntarios divididas en 5: Dirección ejecutiva por Rosaestela Gómez y Andrea Casaretto, Coordinación de metodología por Diana Culquicondor, coordinación de voluntarios por

Alejandra Conca, coordinación de proyectos sociales por Luis Camacho y coordinación de soporte y recursos.

Cabe resaltar que el grupo de voluntarios carece de comunicadores para un desarrollo coherente en todos sus canales digitales. Además, frente a esta nueva modalidad de actividades a distancia, se ven en la necesidad de adquirir nuevos voluntarios con habilidades de este rubro.

1.4.1.2 Recursos financieros y donaciones

Actualmente perciben fondos de campañas de donaciones por redes sociales y terceras personas. Además, han conseguido un convenio con *Ecologics*, empresa de productos ecológicos. Su producto estrella es una rasuradora ecológica “[Kuchuy](#)”, solo se cambia la *guillet* y listo, comenta Gómez emocionada por la alianza conseguida. Por la compra de una rasuradora, ellos donan un porcentaje a NI.

Siempre habían trabajado con diferentes campañas de donación de dinero. Por ejemplo, “Adopta un adulto mayor en navidad”, cuya inversión del donante incluye un desayuno para la PAM, un regalo y un show. De esta campaña, normalmente hay un dinero restante y con ese compran materiales para los siguientes meses de intervención, siempre lo más eco amigables.

Ahora, debido a la coyuntura actual, pidieron donaciones directas de víveres, pañales y una donación específica para cubrir los materiales de los videos que van a mandar como de tijeras, colores, papel y cartulinas para que ellos mismos desarrollen sus actividades.

1.4.1.3 Población beneficiada

La población beneficiada son los adultos mayores quienes representan el 11,9% de la población total del Perú, enfocada principalmente en aquellos que viven en centros de atención residencial, charlas con información jurídica y sensibilización de la población joven sobre los estereotipos negativos de las PAM.

1.4.1.3.1 Adultos Mayores

Las Personas Adultas Mayores (PAM) atendidas en 2 de los albergues del Programa Integral Nacional para el Bienestar Familiar (INABIF). Aquellos pertenecientes al CAR Cieneguilla y el CAR San Miguel, centro de pernocte. En este último, se han paralizado las intervenciones de voluntariado a diferencia del ubicado en Cieneguilla, en este se enfocarán para el desarrollo inicial de las video-dinámicas. Se había planificado el inicio de las mismas para el domingo 13 de setiembre, pero todavía están a la espera de la aprobación de INABIF.

En este centro, hay 73 PAM cuyas edades van desde los 65 años hasta los 101 años del señor Aniceto a quien se le celebró el cumpleaños y también el día del adulto mayor, comenta Erik Torres, administrador del CAR Cieneguilla.

Antes la pandemia, ellos estaban acostumbrados a tener salidas guiadas de 2 a 3 veces al mes, como al teatro, a Minka o caminatas coordinadas con el departamento de psicología. Además, solo el 40% recibía visitas de familiares y/o amigos de 2 a 3 veces por mes. Mientras que las visitas de Nietos Itinerantes se llevaban a cabo 2 veces al mes para el 100% del albergue lo cual ayudaba que todos se sintieran acompañados. En total, un aproximado de 8 actividades al mes.

Una vez decretada el aislamiento social obligatorio, del total de actividades se redujo a 3 internas. “Máximo realizamos algo de 3 actividades al mes como ginkana, talleres de dibujo o pintura”, comenta Torres con voz neutra.

El estado de salud de las PAM es estable, acota Torres, pues cada albergue hospeda a los adultos mayores de acuerdo a su nivel de motricidad. De hecho, hasta diciembre del 2019, este albergue contaba con 120 personas, pero como deben mantener un nivel de motricidad autónomo, 47 de ellos fueron movilizados a otro albergue donde puedan recibir ayuda motriz.

En cuanto al abastecimiento de medicinas, es carente. Resulta una constante para la líder de voluntarios de NI recibir pedidos por parte de los albergues para que sean abastecidos con donativos de medicina u otros insumos.

1.4.1.3.2 Albergue de acción:

Actualmente se está interviniendo con video-dinámicas semanales en el CAR Cieneguilla donde actualmente cuentan con 73 PAM. Las dinámicas elegidas son en base al perfil de dicha población, semi-movil, ya que solo 2 PAM tienen dificultades para desplazarse. *“Tenemos a una con parálisis en un brazo y una pierna; mientras que otra es semi-sorda. Estamos planteando actividades prácticas y sencillas que de igual forma puedan realizar”*, comenta Luis Camacho, líder voluntario de metodología en NI.

1.4.1.4 Comunicación

Los puntos de contacto de NI son muy diversos. Entre ellos, los contactos de los voluntarios ya que la mayoría se encuentra comprometido con la causa que promueven, a nivel digital y a través de alianzas con otras organizaciones.

Sobre su comunicación digital, tienen presencia en redes sociales y en la web. En cuanto a redes sociales, han obtenido una respuesta interesante en Instagram con 6229 seguidores, en *Facebook* con 15 000 seguidores, su canal de *Youtube* con 24 suscriptores debido al poco contenido publicado, 6 videos a la fecha (Canal de *Youtube* de NI, 2020) y en el perfil de LinkedIn corporativo, cuentan con 74 contactos. (*LinkedIn* de NI, 2020). Del mismo modo, ambas fundadoras Rosaestela Gómez y Andrea Casaretto, comunican en sus redes sociales personales de *LinkedIn* la labor que realiza el voluntariado lo cual también es un indicador de la contar con una comunidad fidelizada. Además, cuentan con visibilidad web en el portal PROA, plataforma digital que conecta organizaciones con donaciones, teniendo como oportunidad la posibilidad de crear un portal independiente.

Por último, tienen alianzas estratégicas con diferentes organizaciones educativas, gubernamentales, no gubernamentales y centros jurídicos. Entre ellas, como primera en la lista se encuentra INABIF, luego está Empresa TAWA, Colegio San Silvestre, Colegio San Agustín, trabajadores de un área del BCP, Starbucks, Grupo Centenario y otros.

1.4.1.4.1 Comunidad digital:

NI es una organización muy presente y activa en el medio digital. En redes sociales, tiene una cuenta en *Instagram* llamada @nietositinerantes, la cual ha logrado formar una comunidad de 6,227 seguidores hasta la fecha. En *Facebook*, se ubica bajo el nombre “Nietos Itinerantes” y en dicha red tiene 15,810 seguidores. Asimismo, tiene presencia en un portal de voluntarios con la dirección <https://proa.pe/ong/nietos-itinerantes>. En *YouTube* cuenta con un canal de 24 suscriptores en el que tiene contenido audiovisual que no es creado exclusivamente para la plataforma ya que son publicados también en sus otras redes (Canal de *Youtube* de NI, 2020). Además, en el perfil de LinkedIn corporativo, cuentan con 74 contactos. (LinkedIn de NI, 2020).

Tanto en *Instagram* y *Facebook* manejan el mismo contenido y son sus medios principales. La organización ha logrado posicionar su marca a través de una comunicación constante. El mundo digital es importante para captar a más jóvenes voluntarios, sensibilizar a la comunidad sobre la realidad de las PAM y brindar contenido de calidad e información a aquellos adultos mayores activos digitales.

Durante la pandemia, ha difundido emprendimientos a cargo de las PAM para empoderar su trabajo y valorar su papel en la sociedad. Además, ha estado en constante comunicación de las acciones que realiza como respuesta al aislamiento y así ha demostrado un rol activo en esta coyuntura. Estas son el acompañamiento telefónico, la búsqueda de donaciones, charlas informativas o *webinars* y el contenido audiovisual creado para la comunicación con el albergue CAR Cieneguilla.

Dentro de dichas acciones y comunicaciones se encuentran las recomendaciones para el cuidado de las PAM para prevenir el COVID-19 y para la salud mental; además de la difusión de ejercicios físicos y cognitivos. Sumado a esto, realiza publicaciones dirigidas a la comunidad más joven para tomar conciencia de las consecuencias que podrían generarse en sus familiares adultos mayores si no se quedan en casa.

Asimismo, han utilizado sus plataformas para hacer mención a las políticas públicas creadas bajo el contexto COVID-19 comunicando su respaldo y su desacuerdo en ciertos puntos. También, han realizado denuncias de casos de maltrato al adulto mayor, como es el caso de un profesor que fue denigrado por su desconocimiento del manejo de la

videoconferencia para realizar su clase para llamados a la acción inmediatos en busca de ayuda a las PAM que no recibieron el bono del Estado.

NI aprovecha sus redes sociales también para generar alianzas con más organizaciones u otras cuentas dedicadas al cuidado de las PAM como “Voluntarios de bicentenario” y *Kunan*.

En tanto a su canal de *YouTube*, no hay mucho contenido disponible, cuentan con solo 12 videos de corte variado. Dentro de estos, comparten su experiencia en las visitas al albergue para convocar a más jóvenes voluntarios y publican charlas o *webinars* informativas para generar diálogos sobre la vejez e informar sobre los derechos laborales de las PAM.




1.4.2 Macro ambiente

1.4.2.1 Aspectos demográficos


Según Ipsos Apoyo (2019), en el Perú habitan alrededor de 2, 888,717 adultos de 60 años a más, eso implica el 11% de la población del país (p. 11). De los cuales, INABIF alberga en sus 4 centros a nivel nacional a 1370 PAM aproximadamente (Boletín mensual N 09, 2018). La edad promedio es de 69 años donde el 49% son hombres y el 51% mujeres. En Lima, el promedio del adulto mayor son mujeres de 70 años (Ipsos Apoyo, 2019, p. 70)

Según la cuenta de twitter del Ministerio de Salud (MINSA), el 7 de septiembre de 2020 se procesaron muestras para 3 386 625 personas por la COVID-19, obteniéndose, 691 575 casos confirmados y 2 695 050 negativos. (MINSA, comunicado N 232, 2020)

Según el Ministerio de Salud (2020), hasta el 18 de mayo, la tasa de contagiados por COVID-19 de las PAM era de 14.9%, mientras que los adultos de 30 a 59 años tienen una tasa de 67% (p. 14). Sin embargo, es posible que esta gran diferencia que coloca a las PAM en tercer lugar de contagios a diferencia de los adultos jóvenes es porque han contado con menos acceso a las pruebas. Eduardo Gotuzzo (2020), indica que “este resultado responde a que se ha estudiado a las personas activas” que acuden a las pruebas por trabajo y por tener mayor exposición a otras personas, mas “no se ha hecho un tamizaje por edades” (citado por Gestión, sección Perú, párr. 4) . Así, es posible que el número de contagios de las PAM sea mayor.



PERÚ MINISTERIO DE SALUD VICEMINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades



Casos positivos de COVID-19, según etapa de vida

Etapa de vida	N°	%	TIA x 100 mil	Razón de tasas
Niño (0 – 11 años)	1370	2.5	21.18	1.00
Adolescente (12 – 17 años)	782	1.4	25.19	1.19
Joven (18 – 29 años)	7761	14.2	120.88	5.71
Adulto (30 – 59 años)	36731	67.0	294.05	13.88
Adulto mayor (60 a más años)	8173	14.9	197.39	9.32
Total	54817	100.0	168.02	

TIA: Tasa de Incidencia Acumulada

Rt-PCR + PR

Tabla 1.1. Casos positivos de COVID-19, según etapa de vida. Fuente: Minsa (2020).

Asimismo, dicho estudio muestra que la tasa de mortalidad las las PAM es de 24.44%, y la tasa de letalidad es de 12,44% (Minsa, 2020, p. 36), las más altas de la población, a pesar de que la tasa de incidencia de las personas adultas sea mayor. Esto comprueba su estado como población de riesgo.

Mortalidad y Letalidad por COVID-19 según grupos de edad, Perú 2020

Etapa de vida	Casos	Muertes	Tasa de Incidencia*	Tasa de Mortalidad**	Tasa de Letalidad (%)
Niño (0 – 11 años)	1370	6	2.12	0.09	0.44
Adolescente (12 – 17 años)	782	3	2.52	0.10	0.38
Joven (18 – 29 años)	7761	15	12.09	0.23	0.19
Adulto (30 – 59 años)	36731	497	29.40	3.98	1.35
Adulto mayor (60 a más años)	8137	1012	19.65	24.44	12.44
Total	54781	1533	16.79	4.70	2.80

* Tasa de Incidencia por 10000 .

* Tasa de mortalidad por 100000

Tabla 1.2. Mortalidad y Letalidad por COVID-19 según grupos de edad. Fuente: Minsa (2020).

Según El Peruano (2020), hasta el 17 de julio habían fallecido 17,771 PAM por COVID-19 de las 25,648 de personas en total (Sección Actualidad).

1.4.2.2 Aspectos políticos

Desde marzo del presente año, se promulgaron normas legales de diferente jerarquía para fortalecer los mecanismos y acciones de prevención, atención y protección de los adultos mayores durante la emergencia sanitaria por el coronavirus en el Perú. (Palma, 2020)

De acuerdo con el Diario Gestión (2020), el Ejecutivo aprobó un decreto de prevención, atención y protección de adultos mayores a fin de evitar el contagio del coronavirus en esta población:

“Toda entidad pública y privada tiene el deber de brindar información sobre las personas adultas mayores a las autoridades encargadas de las acciones de su protección, atención integral, así como de la ejecución y el

seguimiento de dichas acciones durante la emergencia sanitaria. Las autoridades encargadas utilizan dicha información para garantizar que las acciones de protección y atención integral lleguen a todas las personas adultas mayores, así como para realizar el seguimiento nominal de sus intervenciones, el registro y la evaluación de estas”, indica (Sección Perú, párr. 3).

Esta norma incluye la atención a la salud mental cuando sea necesaria, en especial a aquellos que se encuentren en situación en abandono (Gestión, 2020, Sección Perú, párr. 6). “Además, dispone de manera inmediata la realización de pruebas de descartes del Covid-19 en este grupo en situación de riesgo que ingrese a los servicios del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables” (Gestión, 2020, Sección Perú, párr. 7).

Sobre las medidas en materia laboral y seguridad social en el sector público, se prioriza el trabajo remoto a fin de no exponer a ningún riesgo de contagio a los adultos mayores.

“...acceso y continuidad del vínculo laboral de la persona adulta mayor que labora, priorizando el trabajo remoto, cuidando siempre que esta no se exponga a riesgos de contagio. En caso la naturaleza de las labores del puesto de trabajo no sea compatible con el trabajo remoto, corresponde otorgar una licencia remunerada con cargo a compensación al culminar la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19”. (Diario Gestión, 2020. Párrafo 9)

Mientras que, en el sector privado, las medidas tomadas en consideración son diversas bajo los decretos ministeriales promulgados a nivel nacional.

Todas las medidas mencionadas representan un interés latente por proteger a los adultos mayores; sin embargo, en el portal “lpderecho.pe” se listan normas de diferente jerarquía que generan confusiones en el solicitante adulto mayor sobre sus derechos ya que unas detallan que los adultos mayores pertenecientes a “grupos vulnerables” cuando son mayores de 65 años mientras que en otras cuando son mayores de 60 años. A continuación, el detalle:

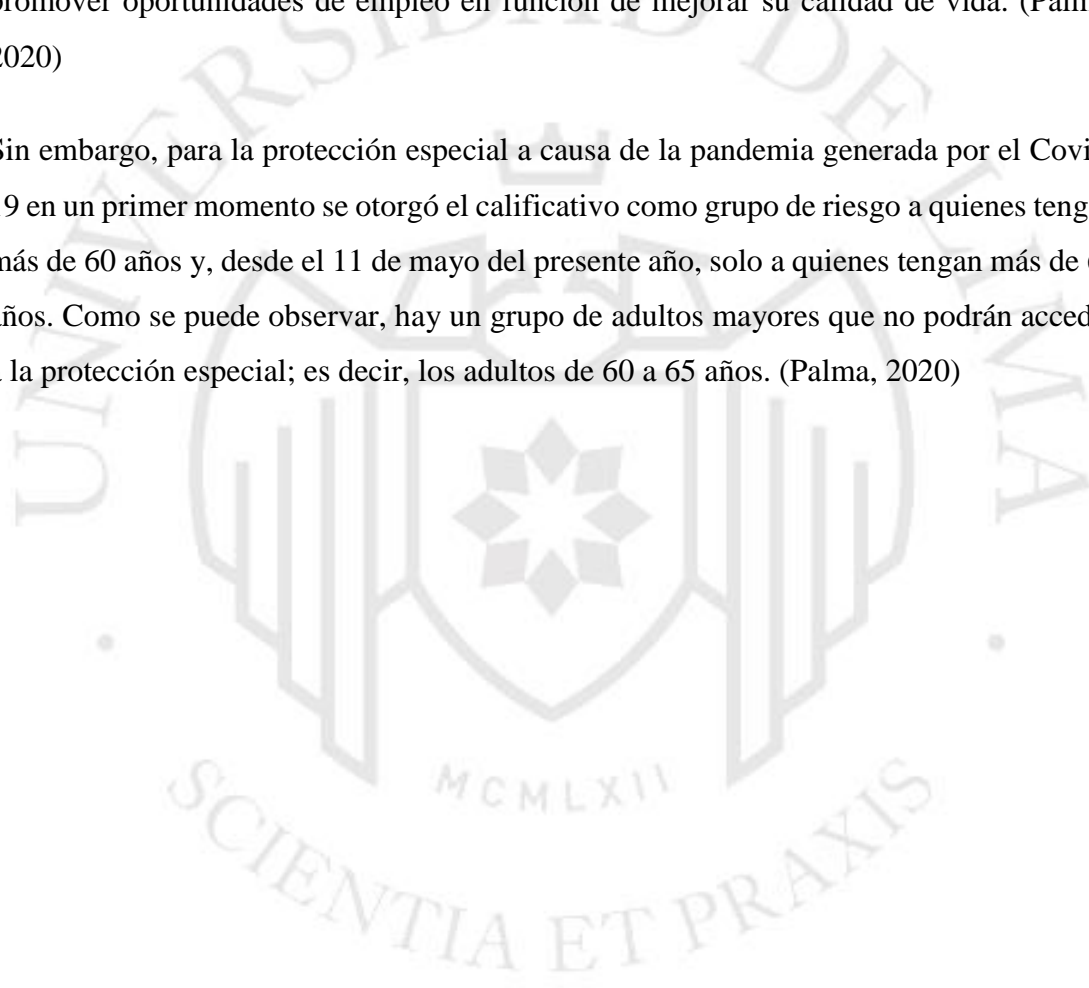
Rango	Norma	Grupo de riesgo
Ley	Decreto de Urgencia 026-2020 (16/03/2020)	<ul style="list-style-type: none"> – Mayores de 60 años – Hipertensión arterial – Diabetes – Enfermedades cardiovasculares – Enfermedad pulmonar crónica – Cáncer – Otros estados de inmunosupresión.
Reglamento	Decreto Supremo 083-2020-PCM (11/05/2020)	<ul style="list-style-type: none"> – Mayores de sesenta y cinco (65) años – Hipertensión arterial – Diabetes – Enfermedades cardiovasculares – Enfermedad pulmonar crónica – Cáncer – Otros estados de inmunosupresión – Otras que establezca la Autoridad Nacional Sanitaria
Acto administrativo	Res. Ministerial 239-2020-MINSA (30/04/2020)	<ul style="list-style-type: none"> – Mayores de sesenta (60) años – Hipertensión arterial – Diabetes – Enfermedades cardiovasculares – Enfermedad respiratoria crónica – Cáncer – Obesidad con IMC de 30 a más

	<ul style="list-style-type: none"> - Asma - Insuficiencia renal crónica - Otros estados o tratamientos de inmunosupresión
Res. Ministerial 265-2020-MINSA (09/05/2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Mayores de sesenta (60) años - Hipertensión arterial - Diabetes - Enfermedades cardiovasculares - Enfermedad pulmonar crónica - Cáncer - Obesidad con IMC de 40 a más - Asma - Insuficiencia renal crónica - otros estados o tratamientos de inmunosupresión
Res. Ministerial 283-2020-MINSA (14/05/2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Mayores de sesenta y cinco (65) años - Hipertensión arterial no controlada - Diabetes - Enfermedades cardiovasculares graves - Enfermedad pulmonar crónica - Cáncer - Obesidad con IMC de 40 a más - Asma moderada o grave - Insuficiencia renal crónica en tratamiento con hemodialisis - Otros estados o tratamientos de inmunosupresión

Tabla 1.3. Políticas para el adulto mayor en el contexto del COVID-19. Fuente: Palma (2020. Párrafo 6)

Según la ley de la Persona Adulta Mayor, [Ley 30490](#), se define al adulto mayor como al ciudadano peruano que tiene 60 años o más. Con esto garantizar el ejercicio de los derechos de adulto mayor en situaciones de riesgo, donde se incluye situaciones de emergencia humanitaria y desastres cuyo accionar del estado deberá ser el necesario para promover oportunidades de empleo en función de mejorar su calidad de vida. (Palma, 2020)

Sin embargo, para la protección especial a causa de la pandemia generada por el Covid-19 en un primer momento se otorgó el calificativo como grupo de riesgo a quienes tengan más de 60 años y, desde el 11 de mayo del presente año, solo a quienes tengan más de 65 años. Como se puede observar, hay un grupo de adultos mayores que no podrán acceder a la protección especial; es decir, los adultos de 60 a 65 años. (Palma, 2020)



1.4.2.3 Aspectos económicos

De acuerdo con Ipsos Apoyo (2019), en el ámbito laboral, el 51% de las PAM no trabaja ni estudia, el 48% solo trabaja y el 1% trabaja y estudia (p. 18). En tanto ocupación, el 36% se dedica al hogar, siendo el 68% mujeres. El 32% es trabajador independiente, el 18% es trabajador dependiente, el 11% son jubilados y el 3% desempleados (p. 20). Sobre la tenencia de un negocio propio, el 16% cuenta con uno (p. 21) y el 40% de los que no tienen quiere iniciar uno (p. 22). Así, podemos observar que la mayoría de los ingresos de la PAM dependía de un trabajo antes del estado de emergencia.

En tanto a los ingresos percibidos, Ipsos Apoyo (2019) indica que la mediana general de ingreso mensual es de 700 soles (p. 24). En tanto a ahorros y endeudamientos, el 41% pudo ahorrar en el 2018 y el 59% se endeudó (p. 25). Además, el 36% de los adultos mayores están bancarizados. Dentro de este grupo, 32% son clientes de banco, 8% de caja y 5% de una financiera (p. 27).

Respecto a su afiliación a la tenencia de seguros, el 58% está afiliado a la salud pública, mientras que el 38% no cuenta con ningún seguro (Ipsos Apoyo, 2019). Respecto a los fondos de pensiones, el 76% no está afiliado a ninguno. Este resultado es mayor entre los trabajadores independientes y las amas de casa (p. 31). Entonces, podemos determinar que la gran mayoría no está cubierta por un Sistema de Pensiones. La Cámara (2020) indica que el programa Pensión 65 tiene como objetivo cubrir esa brecha al otorgar una pensión bimestral de S/. 250 a las PAM que se encuentren en pobreza extrema (párr. 17).

Asimismo, en el 2019 el número de pensionistas del sistema privado ascendió a 181.605, dentro de los cuales 83. 617 fueron por jubilación (La Cámara, 2020, párr. 18).

Frente a la coyuntura, el gobierno ha creado un número de subsidios para contrarrestar el daño económico de los hogares y las poblaciones vulnerables. Estos son los siguientes:

- Bono para hogares en condición de pobreza o pobreza extrema: Apoyo económico de 380 soles que se brinda a los hogares vulnerables.
- Bono independiente: Apoyo económico de 760 soles que se brinda a los trabajadores independientes cuyos hogares están calificados como No pobres por el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH).

- Bono rural: Subsidio monetario de S/ 760 para hogares de zonas rurales en condición de pobreza o pobreza extrema.
- Subsidios para empresas generadoras de empleo: Bono salarial del 35% por cada trabajador del sector privado con rentas de quinta categoría que gane hasta S/ 1,500.
- Bono Familiar Universal: Bono de S/ 760 tiene como finalidad llegar a los hogares que no cuenten con ingresos formales y que no hayan recibido los otros bonos.
- Líneas de apoyo económico: el Ministerio de Cultura pone a disposición de los ciudadanos líneas de apoyo dirigidas a trabajadores y organizaciones culturales, así como a portadores del patrimonio inmaterial (Gobierno del Perú, 2020, Sección de Economías y Finanzas).

Sin embargo, según la Defensoría del Pueblo (2020), muchas PAM no supieron cómo verificar si eran beneficiarios de un subsidio a través de internet ya que según esta entidad solo el 23% de ellos accede a la red y lo utiliza. Es por eso, que pidió al Estado facilitar el acceso a esa información a través de los medios masivos (Sección Noticia Nacional).

1.4.2.4 Aspectos socioculturales y tecnológicos

En tanto al nivel educativo, el 36% de las PAM del Perú cuenta con primaria incompleta y el 30% con secundaria completa y técnica incompleta. Mientras que el 10% cuenta con estudios superiores técnicos completos y, asimismo, el 14% con estudios superiores universitarios. Solo el 1% ha realizado un posgrado; sin embargo, el 13% piensa llevar uno (Ipsos Apoyo, 2020, p. 17- 19).

El 63% de los adultos mayores se entretienen dentro de casa viendo televisión, mientras que el 33% escucha música en la radio o un cd, seguido de realizar labores del hogar con un 26%, leer libros y revistas con un 20% y el 13% juega con los nietos o sobrinos. No suelen incluir las actividades digitales en sus preferencias como pasatiempo. El 11% lee noticias, libros y blogs por internet y una minoría conversa por *Whatsapp*, escucha música por *streaming*, mira videos por *Youtube*, chatea en redes sociales y ve *Netflix* (Ipsos Apoyo, 2020, p. 33).

Referente a las actividades fuera de casa, el 32% prefiere ir al parque y el 30% salir a comer. El 22% va a la casa de amigos o familiares para divertirse, el 12% realiza algún deporte y la minoría asiste a espectáculos deportivos, va al cine, sale a bailar, a pasear, al cine, a tomar unos tragos o realiza actividades religiosas. “Seis de cada diez adultos mayores prefiere entretenerse en casa en lugar de salir. Sin embargo, los jubilados o desempleados son quienes más desean divertirse fuera del hogar” (Ipsos Apoyo, 2019, p.37).

En tanto a los medios tradicionales, la mayoría mira televisión nacional con un 80% y el 70% escucha la radio. Asimismo, el 67% lee el periódico (Ipsos Apoyo, 2019, p. 38). Sus pasatiempos favoritos son hacer crucigramas y pupiletras; además, el 78% afirma no tener habilidades artísticas (p. 41).

Según Ipsos Apoyo (2019), 3 de cada 10 adultos mayores son digitales (p.74). El 28% son digitales, mientras que el 68% nunca se conecta (p. 45). Asimismo, solo el 26% pertenece a una red social, sobre todo en los NSE A y B, varones, trabajadores dependientes y en Lima (p. 46). Las plataformas de mayor uso son Facebook y Youtube (p.47). Además, mientras el 67% cuenta con un celular, solo el 22% cuenta con un *smartphone* (p. 49).

1.5. Público objetivo

Se define al público objetivo primario como los voluntarios de Nietos Itinerantes, ya que son los beneficiados directamente con el proyecto, para que puedan utilizar estas nuevas capacidades en su labor. Como públicos secundarios, se definen a los adultos mayores de CAR Cieneguilla y a la comunidad digital de la organización ya que indirectamente se verán beneficiados con el trabajo gracias al resultado de lo aprendido en los videotutoriales. Asimismo, como potencial público secundario serán otras organizaciones dedicadas al cuidado de los adultos mayores una vez que el resultado del programa piloto “Nietos a distancia” sea óptimo.

El público primario está conformado por 68 personas de 18 a 75 años dentro de los cuales, la mayoría tiene entre 25 y 30 años. El 75% es de sexo femenino y el restante, masculino. Todos son de nacionalidad peruana. (Anexos - Perfil del Voluntario de Nietos Itinerantes)

Sobre sus ocupaciones, el 65% se dedica a estudiar y trabajar. Los cargos y las profesiones son variadas, hay desde asistentes administrativos hasta jefes de área. En cuanto a las profesiones, hay abogados, administradores, comunicadores, contadores, politólogos, ingenieros industriales, psicólogos, odontólogos, terapeutas y trabajadores sociales. Solo un porcentaje reducido, 15%, se dedica a estudiar, trabajar y al cuidado del hogar. (Anexos - Perfil del Voluntario de Nietos Itinerantes)

Antes de la pandemia, las cuatro actividades que más realizaban en orden de importancia eran: visitar a familia y amigos, asistir a las actividades del voluntariado, entrenamiento fuera de casa e ir al trabajo. Sobre sus pasatiempos actuales prefieren leer, estudiar, compartir momentos en familia, hacer ejercicios y ver *Netflix* (series en línea). (Anexos - Perfil del Voluntario de Nietos Itinerantes)

Si bien, la mayoría de ellos sigue teniendo responsabilidades laborales y domésticas lo cual reduce su tiempo libre, de los entrevistados, la mayoría estaba dispuesto a aprender nuevas técnicas de comunicación oral y corporal para la cámara y sobre técnicas para adquirir capacidades de pre-producción, producción y post-producción de videos desde sus casas. (Anexo de entrevistas)

1.6. Análisis CAP

Con la finalidad de desarrollar una estrategia comunicacional en función de cumplir los objetivos del programa, hemos resuelto necesario analizar los comportamientos de nuestro público objetivo: el voluntario/a. Nos basamos en entrevistas a profundidad de cuatro líderes voluntarios quienes nos explicaron el contexto actual de la organización bajo esta coyuntura.

Buscando generar un análisis complementario para la investigación, se tuvo la intención de entrevistar al equipo administrativo de los albergues y a través de ellos generar contactos con los familiares de los adultos mayores. Sin embargo, no se obtuvo respuesta por parte de INABIF para la autorización de las entrevistas a dicho personal. (Anexo “Solicitud de apoyo para tesis”). Además, el administrados de CAR Cieneguilla nos

mencionó que la mayoría de las PAM no recibían alguna visita familiar desde antes de pandemia.

Grupo social	Problema identificado	Comportamientos relacionados	Relación con C.A.P.		
Voluntarios/as de Nietos Itinerantes	Imposibilidad de asistencia del voluntariado al albergue para realizar las actividades de NI	Desconocimiento de manejo de emociones en una PAM en situaciones de desequilibrio por parte de los voluntarios	Conocimiento: Aprendizaje y capacitación		
		Deficiencia de lenguaje asertivo por parte de los voluntarios			
		Desconocimiento de dinámicas audiovisuales eficaces para comunicarse con las PAM			
				Falta de organización de tiempo para ejercer las funciones del voluntariado	Actitud: Motivar el cambio, la acción
				Incertidumbre hacia la efectividad de las video-actividades.	
				Disposición al contexto cambiante.	
				Lentitud de procesos internos	

		Baja inscripción de voluntarios para recibir llamadas de las PAM al inicio de la cuarentena	Motivar a la acción
		10 de 70 voluntarios se retiraron al inicio de la cuarentena	
		Implementación de capacitaciones en Manejo de emociones, salud mental gerontología y activismo.	

Tabla 1.4. Análisis CAP de los voluntarios

1.6.1. Análisis de comportamientos de voluntarios

En esta sección evaluaremos los comportamientos actuales, factibles e ideales de nuestro público objetivo en función de encontrar una solución eficiente al problema principal y secundario.

Comportamientos de voluntarios				
Comportamientos actuales	Disposición para la adaptación virtual de las actividades con el albergue.			
Comportamientos factibles	Planificación de la grabación de las video-dinámicas de manera intuitiva			
Comportamientos ideales	Capacitarse en mejorar su comunicación oral y corporal frente a cámara, así como la preparación, grabación y edición de videos.			
Beneficios consecuencias	y	¿Por qué deberían adoptar este	¿Qué beneficios obtendrían?	¿Cuál es el costo de oportunidad?

percibidos	comportamiento?		
	Para que el mensaje de NI llegue con efectividad y se pueda canalizar la emoción.	Mejorar el estado anímico de las PAM y captar su atención.	Disponibilidad de tiempo
Factores que favorecen la adopción del nuevo comportamiento	La familiarización de los voluntarios con la tecnología. La disposición del albergue para recibir el contenido. La permanencia de las PAM en el albergue.		
Factores que dificultan la adopción del nuevo comportamiento	Carencia de tiempo por parte del voluntariado debido a que todos tienen un trabajo alterno. El albergue solo cuenta con un televisor. No hay forma de cerciorarse en el momento de la sesión de que todos entiendan el mensaje.		

Tabla 1.5. Análisis CAP de comportamientos del público objetivo

1.7 Conclusiones de diagnóstico

Tal como el gobierno peruano ha establecido, las reuniones físicas se encuentran suspendidas hasta nuevo aviso, sobre todo para los grupos vulnerables como lo son las PAM. Esta situación, debido al COVID-19, imposibilita las visitas físicas de los voluntarios a los albergues. Sin embargo, NI optaron por adaptarse a las circunstancias mediante la reinención de sus sesiones físicas de intervención en los albergues, así como sus consultorías legales.

Desarrollaron charlas informativas mediante *webinars* y campañas de donaciones para contrarrestar el daño económico de las PAM por la pandemia. Además, buscaron sensibilizar a la población sobre su realidad frente al COVID-19. Actualmente, se

encuentran preparando video-actividades para reproducirlas en el albergue CAR Cieneguilla y continuar con los ejercicios y juegos de las PAM.

La estructura organizacional de NI es jerárquica; sin embargo, al momento de la práctica, todos los líderes toman las decisiones en conjunto. Al comportarse de esta manera, se prolonga la ejecución de las acciones dentro del voluntariado y los planes podrían salir más tarde de lo esperado.

Asimismo, NI se preocupa por una captación de voluntarios de manera profesional para así convocar a personas que están realmente involucradas, además de la capacitación de las mismas para su relacionamiento con las PAM.

En tanto a recursos financieros y materiales, han solicitado donaciones frecuentes en redes sociales. Sin embargo, necesitan de una fuente de donaciones constante para que el ingreso sea más constante y seguro.

Mediante las potenciales video-actividades, existe un interés en incluir al 100% de las PAM del albergue en las actividades, a pesar de las discapacidades de algunos. Es por eso que serían ejercicios aptos para todos.

Respecto a su comunicación digital, podemos concluir que la organización hace un uso provechoso de sus plataformas digitales de comunicación. Sin embargo, parece ser que su canal de YouTube no es prioritario para su mensaje por el bajo uso y su poca comunidad. Igualmente, cuentan con ese espacio potencial en caso encuentren la oportunidad de ejecutar algún proyecto específico para el mismo. Sumado a esto, aún falta crear un manual de identidad gráfica para unificar el contenido y la marca.

El voluntario se encuentra dispuesto a adaptarse a la nueva forma de acción desde sus casas. Sin embargo, es consciente de que no es experto en el manejo de técnicas audiovisuales y en el control de su cuerpo para comunicar las actividades efectivamente. Esto, sumado a no tener tanta disposición de tiempo para una respuesta rápida prolonga el tiempo de entrega del material.

2. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN

Estrategia: Diseño instruccional y realización de video-tutoriales para voluntarios de NI

2.1 Propuesta creativa: Nietos a Distancia

Como solución al problema y a la investigación realizada, proponemos a modo de concepto creativo una estrategia llamada “Nietos a Distancia”. Esta será conformada por video-tutoriales personalizados colgados en un canal de YouTube oculto para el uso exclusivo de NI y a futuro para otras organizaciones dedicadas a la atención de albergues de adultos mayores y de esta manera, puedan aplicar las enseñanzas para su propia creación de contenidos. Los videos incluyen una explicación a medida para el voluntariado en cuestión, simple y precisa. En cada video, se indica lo básico que necesitan para el desarrollo de las grabaciones de actividades en casa, ciñéndonos a los recursos que ellos podrían tener al alcance. La narración es didáctica, tiene ejemplos de aplicación y se apoya en los resúmenes infográficos.

2.2 Público objetivo

El equipo de voluntarios de la asociación civil Nietos Itinerantes (Revisar página 40).

2.3. Descripción del programa

En esta oportunidad nos enfocaremos en el diseño instruccional de Educación a Distancia (EaD) lo cual implica un mayor compromiso por parte del alumnado y de los docentes; sobre todo porque demanda una excelente planeación desde la concepción del proyecto, pasando por el análisis, hasta la implementación y evaluación de los primeros videos para asegurarnos que se están cumpliendo las metas proyectadas. De no ser así, considerar nuevos medios y/o recursos para lograrlo. (Martinez, 2009)

Sobre la concepción del método, en los años 90, de la “ingeniería de sistemas del aprendizaje” nace el “Diseño pedagógico” o “diseño instruccional”. Mejor conocido como “un proceso que cubre la totalidad, desde las actividades concernientes al desarrollo de un sistema de aprendizaje, hasta la preparación de la puesta en marcha del curso” ya que incluye pruebas de validación para asegurarse de que el contenido es entendido por

el alumno y solo así continuar con la producción del mismo. (Paquette, Aubin y Crevier (1998) y Martinez, 2009 pág. 108)

En ese sentido, usaremos el diseño instruccional para la planificación, diseño, desarrollo, implementación y evaluación continua de los video-tutoriales para los voluntarios de NI. El motivo de su elección es para asegurarnos de la efectividad y entendimiento de los conceptos explicados ya que involucra una evaluación después de la entrega de cada video y así profundizar en lo que no ha sido entendido y/o modificar en el camino la estrategia de explicación.

La elección de video-tutoriales como método de enseñanza responde a la imposibilidad de reuniones presenciales para la explicación de las técnicas. De esta manera, surge como solución alterna la enseñanza remota. Si bien tenemos la posibilidad de explicar los conceptos en una transmisión en vivo, existen limitantes como las agendas de los 65 voluntarios. Además, la investigación considera más eficiente la grabación de las lecciones para su repetición sin problema en el horario y momento que deseen.

Estos videos serán divididos en dos módulos; el primero, tendrá técnicas sobre manejo de cámara y edición de videos; mientras que el segundo, tendrá contenido para mejorar las herramientas comunicacionales del voluntario frente a la cámara.

2.3.1 Táctica: Metodología PRADDIE

Elegimos esta metodología pues es un modelo genérico y sencillo que puede ser aplicado a cualquier tema que requiera un diseño instruccional en función de alcanzar los objetivos de aprendizaje requeridos por los voluntarios. Esta metodología Diseño de Sistemas de Instrucción (ISD), “que se construye en base a cinco fases o etapas con la finalidad de ofrecer un marco sistémico, eficiente y efectivo para la producción de medios educativos instruccionales de enseñanza-aprendizaje (Julio Brito, 2000)” (Totoy, 2015, pag. 23).

Cuenta con tres elementos, los introductorios, de contenido y los complementarios. En el presente caso; los primeros, se refieren a los que inician con el material de enseñanza como la introducción de los videos y la explicación del objetivo principal de los mismos. El segundo elemento se refiere al contenido mismo de todos los módulos a desarrollar y

el tercer elemento, a recursos como infografías que resumen los puntos principales de las lecciones.

ADDIE, al ser un modelo genérico, las cinco fases que la componen pueden variar mucho dependiendo del rubro en el que se vaya a desarrollar. Normalmente ha sido más aplicado en medios electrónicos que en medios tradicionales. (Cookson, P., 2003) (Yukavetsky, G., 2003)

A pesar de su popularidad, este modelo ha sido criticado por ser un sistema cerrado mas no un sistema versátil. Además, según Cookson (2003), pasa por alto el análisis del microambiente y macro ambiente del problema en cuestión antes de realizar lo que detallaremos desde la fase del “análisis”. Por ese motivo, el autor, sugiere agregar “PR” a la metodología “ADDIE” y así tomar en cuenta todos los factores involucrados en la enseñanza de las competencias que se desean impartir.

Entonces, se elaboró una estructura propia (figura 3) donde se evidencian los pasos que se siguieron para el desarrollo del presente diseño instruccional.

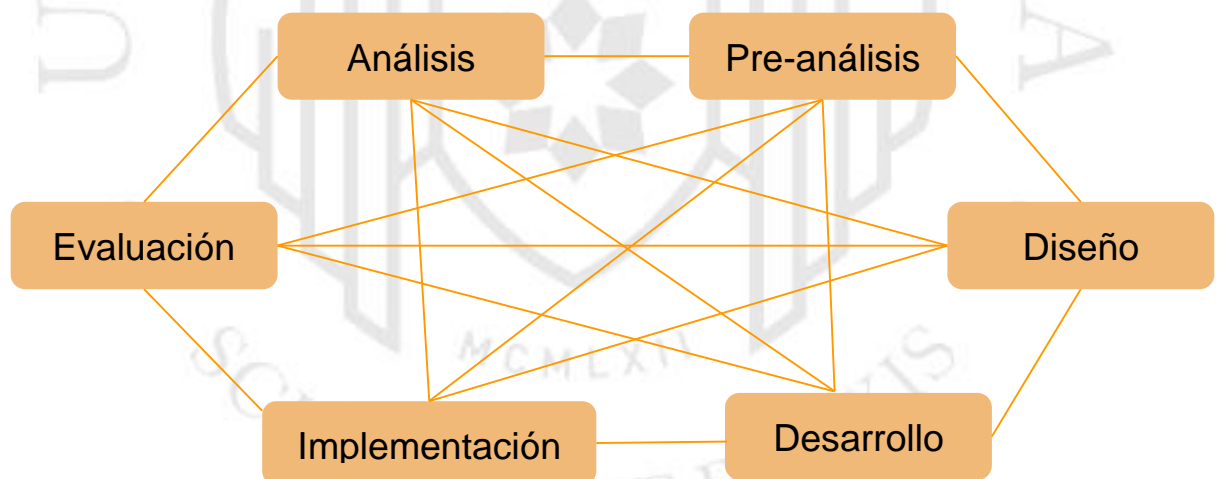


Figura 2.1. Modelo PRADDIE diseñado por Cookson (2003, pág.6)

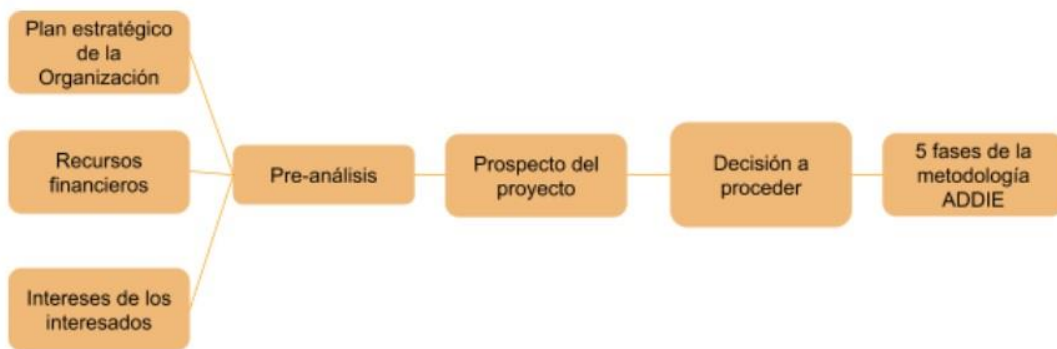


Figura 2.2. El proceso del pre-análisis por Cookson (2003, pág. 8)

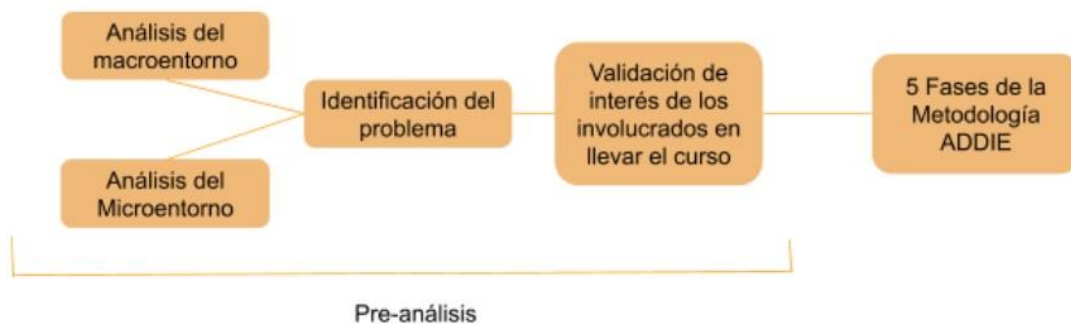


Figura 2.3. La metodología PRADDIE. Elaboración propia.

Como se puede observar ya se tiene el detalle del análisis del macro entorno, del micro entorno y la definición del problema principal. Además, se validó el interés de los voluntarios por llevar el curso con un 63,4% de aprobación e interés.

¿Te gustaría recibir video-tutoriales sobre manejo de cámara y edición de videos?

41 respuestas

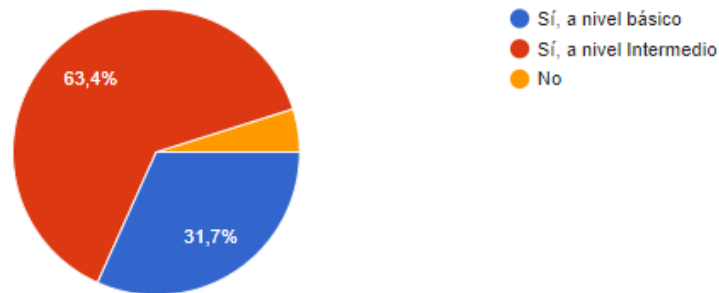


Figura 2.4. Validación de video-tutoriales sobre manejo de cámara y edición de videos

¿Te gustaría recibir video-tutoriales de herramientas para mejorar tu comunicación oral y corporal frente a la cámara?

41 respuestas

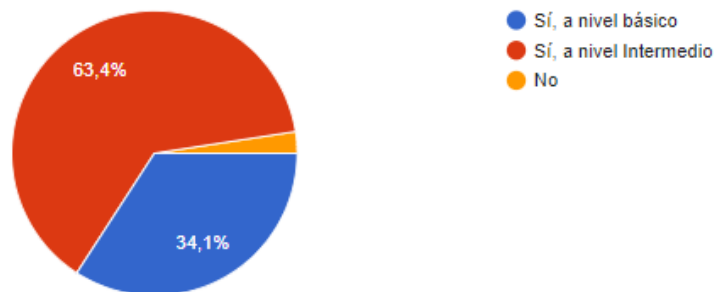


Figura 2.5 Validación de video-tutoriales sobre las herramientas para mejorar la comunicación oral y corporal frente a la cámara.

A continuación, se detalla el contenido del presente curso online bajo la metodología ADDIE según los lineamientos de Yukavetsky, G. (2003).

2.3.1.1 Análisis:

2.3.1.2. Características de la instructora:

Ximena Galiano. Actriz y comunicadora. Egresada del taller de formación actoral de Leonardo Torres Vilar. Bachiller en Comunicaciones en La Universidad de

Lima. Improvisación teatral en Imaginario Colectivo. Llevó talleres de clown en Gestus y *stand up comedy* con el Club de la comedia.

En teatro, ha actuado en las obras Hay que salir riendo de Paul Elliott y Mañana me caso de Willy Russell. Además de Novia Fugitiva en Microteatro Lima y en *streaming* en las obras Amiga date cuenta y Hay cosas de las que no se habla.

Es creadora de contenido desde el 2016, trabajo con el cual ha logrado la creación de más 190 videos en el que se involucra la actuación, el guion, la edición y la comunicación asertiva. Asimismo, ha realizado trabajos de conducción y entrevistas, como es el caso de Lyn Shane para la película "*Insidious*". Actualmente es co-conductora y co-productora del podcast "Criaturas Podcast".

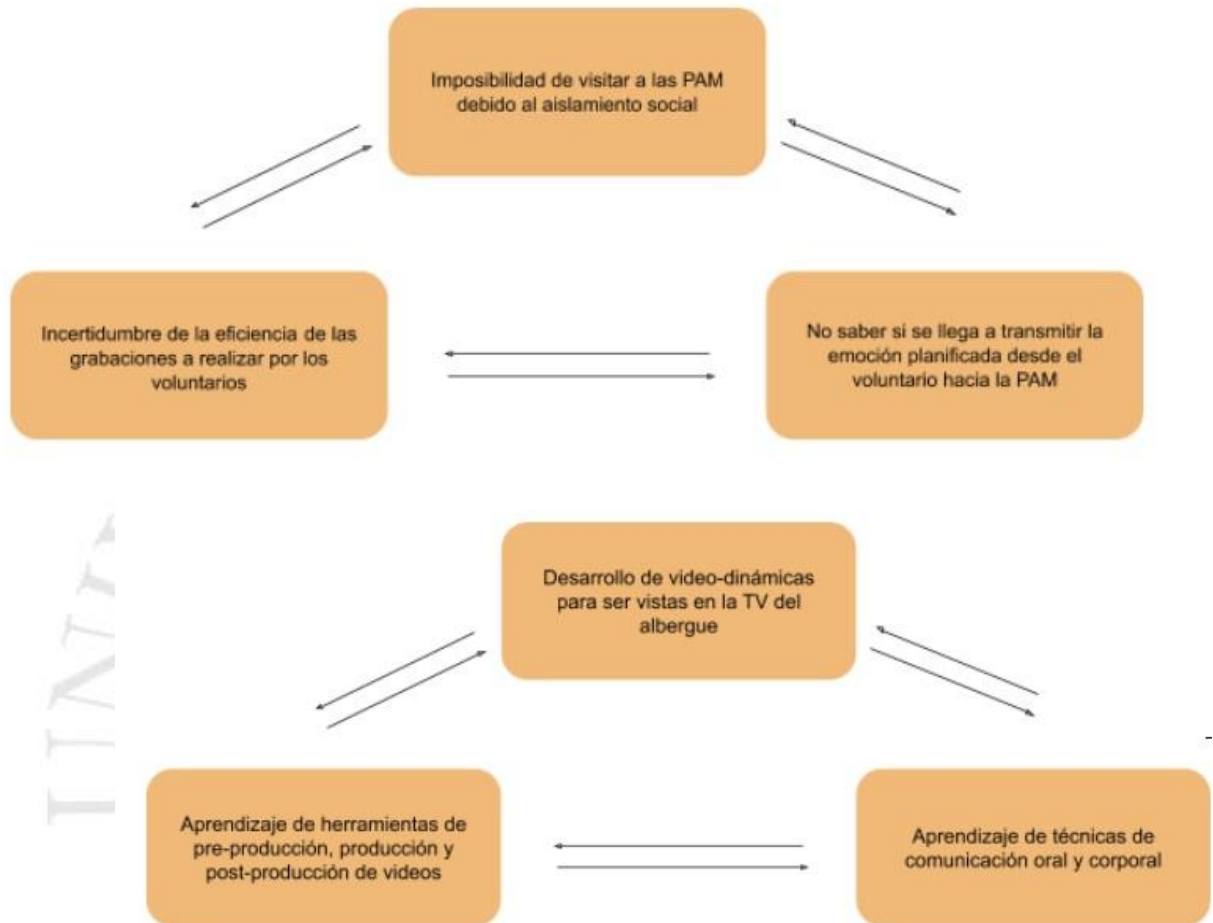
En televisión, ha contado con una participación en Un día eres joven y La rosa de Guadalupe Perú.

2.3.1.3. Lo que necesita aprender la audiencia:

Problema: Imposibilidad de asistencia del voluntariado al albergue para realizar las actividades de NI

Fuentes del problema:

Figura 2.6. Fuentes del problema.



Posibles soluciones:

Figura 2.7. Posibles soluciones.

2.3.1.4. Limitaciones

Que no se pueda comprobar en tiempo real el entendimiento de un concepto u otro, pero esto se podría validar después de finalizada cada sesión.

2.3.1.5. Fecha límite para implantar la instrucción:

06 de noviembre del 2020

2.3.1.6. Las actividades que se necesita que el voluntario realice para el logro de las competencias:

Grabación de video-dinámicas semanales usando un lenguaje comunicacional energético, claro y conciso. Además del acompañamiento de una minuciosa selección de planos, espacio y materiales para el desarrollo de la dinámica grabada.

2.3.2. Diseño

2.3.2.1. Selección del ambiente:

El espacio de grabación será en un lugar iluminado con la luz del día.

2.3.2.2. Señalamiento de los objetivos instruccionales:

Objetivo general: Mejorar la efectividad del mensaje del voluntariado hacia las PAM del albergue CAR Cieneguilla.

Objetivos específicos:

- Luego de estudiar los módulos, el voluntario logrará una comunicación oral fluida ante la cámara.
- Luego de estudiar los módulos, el voluntario podrá incorporar en sus nuevas competencias técnicas audiovisuales de pre-producción, producción y post-producción.
- Luego de estudiar los módulos, el voluntario podrá realizar un contenido de buena calidad con miras a difundirse en otras casas de reposo.
- Luego de estructurar los módulos, las tutoras se asegurarán de que el mensaje es recibido, entendido y útil para el desarrollo cognitivo, educativo y emocional de las PAM.

Competencias:

- Capacidad de organización de la pre-producción.
- Conocimientos técnicos al momento de la grabación.
- Aprendizaje de herramientas para edición de videos.
- Entendimiento del mensaje como el objetivo principal del video

Sub-competencias:

- Pre-producción: Definición de discurso y tomas a realizar. Ordenar las ideas en inicio, desarrollo y final. Y preparación de utilería.
- Producción: Entendimiento de iluminación, espacio, encuadres de cámara y formato.
- Post-producción: Aprender a utilizar herramientas básicas de edición, entendimiento del ritmo y engranaje de las tomas.
- Manejo del cuerpo para la comunicación de un mensaje.
- Control de la voz y conocimiento de técnicas básicas para proyección y dicción.

2.3.2.3. Selección de estrategias pedagógicas:

- a. **Demostración**, ya que en algunos momentos se deberá mostrar cómo ubicar los materiales que se tienen a disposición en casa para una grabación efectiva.
- b. **Conferencia**, ya que, en su mayoría, el mensaje se dictará unidireccionalmente. De docente a voluntario.
- c. **Educación a distancia.**

2.3.2.4. Secuencia de la Instrucción:

- a. Introducción donde se dará la bienvenida y estiramiento (en caso de clase perteneciente al Módulo 1)
- b. Explicación teórica
- c. Información práctica con ejemplos y errores comunes resumen.
- d. Google Form final para ver si se han entendido los conceptos y espacio de preguntas frecuentes.

2.3.2.5. Bosquejo de las clases:

Los video-tutoriales los dividiremos en dos módulos:

Módulos 1: Técnicas para mejorar la comunicación oral y corporal.

- El cuerpo como herramienta en favor de la comunicación
- El instrumento de la voz para una comunicación efectiva
- Definición de la intención del mensaje y entender al público objetivo

Módulo 2: Herramientas de manejo de cámara y edición de videos.

- Organización y estructura de discurso
- Planos y encuadre
- Luz y sonido
- Espacio y materiales
- Edición de videos

2.3.2.6. Diseño del contenido del curso:

Planteamiento de los saberes:

- Módulo 1 - Técnicas audiovisuales:

Contenido	Saber	Saber hacer	Saber ser
Organización y estructura de discurso	Definir el inicio, el desarrollo y el final del contenido	Comunicar en favor del entendimiento	Organizar las ideas que se tienen en mente
Planos y encuadre	Conocer las distintas posibilidades de cómo se puede comunicar un mensaje a través del plano	La elección más efectiva de un plano para cada momento de la video-actividad	El criterio de elección del espacio y su relación con el mensaje
Luz y sonido	Detectar los puntos de luz para la creación del contenido y los ambientes más idóneos para la claridad de la voz	Seleccionar los puntos de mejor luz y sonido en sus casas para la grabación de las actividades	Reconocer la importancia de la luz y el sonido para la captación de la atención de la audiencia
Espacio y materiales	Diseñar el espacio de trabajo	Seleccionar lo útil y simbólico para el encuadre y descartar aquello que no aporta al mensaje	El criterio de selección de elementos que aporten al mensaje y que creen un espacio agradable y armónico
Edición de videos	Manejo personal de la edición de propios contenidos	Combinar planos, cortarlos, seleccionar los momentos más importantes, agregar texto y música e enriquecer el mensaje con los aportes de la edición	Reconocer la importancia del ritmo en el contenido para la continuidad del mensaje

Tabla 2.1 Planteamiento de los saberes de técnicas audiovisuales.

Módulo 2 - Técnica oral y corporal:

Contenido	Saber	Saber hacer	Saber ser
El cuerpo como herramienta en favor de la comunicación	Prepara tu cuerpo para que lo que deseas comunicar pueda ser llevado a cabo y tu cuerpo no sea un impedimento	Comunicar la dinámica de forma energética, activa y lúdica para captar la atención de la PAM.	Desarrollo de una herramienta para la exposición y persuasión de un tema.
El instrumento de la voz para una comunicación efectiva	Saber proyectar, colocar y a trabajar la dicción.	Comunicar la dinámica en un volumen adecuado, entendible y que no sea dañino para la cuerdas vocales del voluntario.	Desarrollo del instrumento de la voz para un mensaje entendible
Definición de la intención del mensaje y entendiendo al público objetivo	Aprender a definir el objetivo de la comunicación y desarrollar habilidades para entender el comportamiento de tu público y cómo hacerles llegar el mensaje	Entender el mensaje en lugar de leerlo para generar conexión con el público objetivo	Aprender a comunicar un mensaje auténtico y real. Agudizar la capacidad de escucha. Generar empatía y conexión al hablar el mismo lenguaje.

Tabla 2.2 Planteamiento de los saberes de técnica oral y corporal.

Planteamiento de los saberes desde la tutora:

Contenido tutorial	Saber	Saber hacer	Saber ser
Empoderamiento	Dominar y mejorar	Interiorizar y	Ratificar la

<p>de voluntarios para el desarrollo individual de video-dinámicas interesantes para las PAM</p>	<p>continuamente con la enseñanza remota de herramientas para creación de contenido a través de video-tutoriales.</p> <p>Indicar, orientar y guiar en el proceso de adopción de nuevas competencias prácticas a los voluntarios.</p> <p>Actualizar el contenido cada cierto tiempo.</p>	<p>argumentar las respuestas a las dudas presentadas por los voluntarios luego de cada clase.</p> <p>Evaluar el desempeño una vez entregado el material</p>	<p>valiosa labor de los voluntarios con las PAM potenciando su adaptación al nuevo voluntariado remoto</p>
--	---	---	--

Tabla 2.3. Planteamiento de los saberes de la tutora.

Diseño del curso por módulos, temas y objetivos:

Se presenta un cuadro con los saberes a obtener luego de cada sesión, el tema a tratar, el contenido del mismo y las técnicas a utilizar. En esta etapa vamos a prescindir de las estrategias de aprendizaje pues la mayoría de ellas son para aprendizajes teóricos y/o de la mano de algún compañero/a y no es el caso.

Cabe resaltar que al momento de efectuar las grabaciones se utilizarán elementos que se puedan encontrar en casa como:

- La preferencia de grabar de día, formas creativas de iluminación y la preferencia de iluminación blanca de los focos y/o lámparas.
- Aprender a sincronizar el audio con el video más rápido con Adobe Premiere mediante el uso de una palmada fuerte en lugar de una claqueta.
- Tips sobre el uso del celular para grabar en lugar de ver la necesidad de “comprar una cámara profesional”.

- Entre todos.

Módulo 1: Herramientas de manejo de cámara y edición de videos			
Tema	Objetivo	Nombre de cada sesión	Técnica
2.1.Organización y estructura de discurso	Definir el inicio, el desarrollo y el final del contenido	¿Qué es un plano de video y cuál debo usar para mi actividad?	- Técnica audiovisual: Definición de planos según el cine.
2.2.Planos y encuadre	Conocer las distintas posibilidades de cómo se puede comunicar un mensaje a través del plano	Organizando lo que voy a comunicar en mi video	- La estructura narrativa de una presentación
2.3.Luz y sonido	Detectar los puntos de luz para la creación del contenido y los ambientes más idóneos para la claridad de la voz	La imagen, la luz y el sonido de mi video	- Técnica audiovisual
2.4.Espacio y materiales	Diseñar el espacio de trabajo	Eligiendo mi espacio de grabación y los elementos dentro de mi toma	- Técnica básicas de Dirección de Arte
2.5. Edición de videos	Manejo personal de la edición de propios contenidos	Editando mis videos de manera sencilla	- Técnica audiovisual de post-producción

Tabla 2.4. Planteamiento del curso- módulo 1.

Módulos 2: Habilidades comunicacionales			
Tema	Objetivo	Nombre de la sesión	Técnicas
1.El cuerpo como herramienta en favor de la comunicación	Prepara tu cuerpo para que lo que deseas comunicar pueda ser llevado a cabo y tu cuerpo no sea un impedimento	Soltando el cuerpo para comunicar	<ul style="list-style-type: none"> - Decirle sí al impulso: soltando el cuerpo con el baile libre - Ejercicios de estiramiento y respiración - Mindfulness - Basado en técnicas de improvisación y clauun: Reconocimiento del espacio.
2.El instrumento de la voz para una comunicación efectiva	Saber proyectar, colocar y trabajar dicción.	Técnica vocal para hacer llegar el mensaje	Ejercicios de respiración, colocación y proyección basados en las técnicas de canto moderno.
3.Entender al público objetivo	Desarrollar habilidades para entender el comportamiento de tu público y cómo hacerles llegar el mensaje	¿A quién le hablo?	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del público objetivo: Aspectos físicos, cognitivos y sus comportamientos
4.Definición de la intención del mensaje	Aprender a definir el objetivo de la comunicación	¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo hacerlo llegar?	<ul style="list-style-type: none"> - Definir el objetivo y las estrategias para lograrlo. - Determinar el tono de comunicación

Tabla 2.5. Planteamiento del curso- módulo 2.

2.3.3. Desarrollo:

Según los lineamientos extraídos de las metodologías de Cookson y Yukavetsky (2003) desglosamos, a continuación, el desarrollo de cada sesión a grabar.

Periodo	Tipo de Actividad	Actividades Específicas
Antes de la sesión (desde la segunda clase)	Responder el Google Form de la sesión anterior	<ul style="list-style-type: none"> - Validar los conocimientos adquiridos en la sesión pasada - Absolver dudas de la sesión pasada con las instructoras
	Aplicar los conocimientos adquiridos	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar los conocimientos adquiridos en la grabación de sus videos - Aplicar los conocimientos adquiridos dando recomendaciones en la grabación de los videos de sus compañeros
Durante la sesión	Introducción	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - Estiramiento (en caso de ser clase del Módulo 1)
	Explicación teórica	<ul style="list-style-type: none"> - Teoría de la técnica
	Información práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Ejemplos,

		<ul style="list-style-type: none"> - Errores comunes - Resumen.
Cierre de la sesión	Despedida	<ul style="list-style-type: none"> - Despedida y agradecimiento por concluir la sesión.
	Google Form final	<ul style="list-style-type: none"> - Pedir llenar el Google Form final para ver si se han entendido los conceptos - Ellos podrán realizar preguntas en los comentarios del Video en el Canal de YouTube. - (Respuestas en un máximo de 48hrs)

Tabla 2.6. Desarrollo de grabaciones.

Según las encuestas realizadas, los video-tutoriales tuvieron una aprobación de más del 60% de encuestados; asimismo, se validó que estaban interesados en visualizar sus clases a través de un canal de YouTube. (Anexo de encuestas) Gracias a la versatilidad de la plataforma *Youtube*, debajo de cada video, ellos podrán realizar comentarios y preguntas sobre cada tema que luego serán absueltas en un lapso máximo de 48 horas. Es decir, los voluntarios recibirán sus respuestas en un máximo de dos días.

2.3.4. Implementación

Los módulos serán distribuidos en un canal de *Youtube*. Se le entregarán los enlaces al voluntario para que pueda acceder y repetir el video que necesiten para comprender mejor cada concepto. Al finalizar cada módulo podrá realizar preguntas en los comentarios como lo acotamos anteriormente y deberán llenar un formulario luego de cada sesión para validar si los conceptos han sido entendidos.

De tener la oportunidad, estos módulos podrían compartirse a voluntarios pertenecientes a otras entidades que deseen realizar video-dinámicas con buena calidad de contenido para sus beneficiarios.

Luego de cada sesión, se le preguntará al voluntario bajo el mismo formulario de conceptos si encontraron alguna deficiencia técnica o si todo estuvo conforme. De esta manera, discutir entre las instructoras los planes alternos para solucionar u continuar.

2.3.5. Evaluación

2.3.5.1. Desarrollo de pruebas para medir estándares instruccionales:

Para asegurar el uso efectivo del diseño instruccional presente, nos apoyaremos en el Modelo ASSURE de Smaldino, Russell, Heinich y Molenda, elegida ya que incorpora el uso de medios y tecnología para propiciar la interacción entre los voluntarios y las tutoras. Detallaremos qué significan sus siglas en inglés y cómo las vamos a poner en práctica de acuerdo a nuestro programa. (Martinez, 2009)

Consta de seis pasos:

a. **Analyse: analizar las características de los estudiantes**

- A lo largo de esta investigación se ha estado corroborando diferentes aspectos del programa a través de entrevistas a profundidad y encuestas variadas. Como lo fue la solución al problema principal, el canal de difusión de la misma, los temas a tratar, los niveles de dificultad, el entendimiento de los nombres, entre otros. (Anexo de entrevistas y encuestas).

b. **State Objectives: definir objetivos**

Como se mencionó en el punto anterior, para cada investigación se determinó un objetivo previamente. Por ejemplo, antes de las entrevistas a profundidad, la primera investigación, **el primer objetivo** fue

“identificar un problema comunicacional en Nietos Itinerantes en el que podamos ayudar con nuestros conocimientos”.

El segundo objetivo para la segunda investigación, las primeras encuestas, fue: “Confirmar el interés de los voluntarios por capacitarse en herramientas de comunicación no verbal, verbal y técnicas audiovisuales”.

El tercer objetivo para la tercera investigación, las segundas encuestas, fue: “Validar el nivel de entendimiento del nombre de cada sesión por parte de los voluntarios”.

Ahora que se tiene una sesión piloto terminada, **el cuarto objetivo** para las terceras encuestas sería: “Validar la comprensión de todos los conceptos, ejercicios y herramientas explicadas en la sesión”. Y se realizaría al finalizar esta sesión.

c. **Select, modify or design materials: elegir, modificar o diseñar materiales**

Luego de cada resultado de los objetivos mencionados en el punto anterior, se fue modificando el producto final hasta llegar a la sesión piloto mencionada.

Cabe resaltar que luego de recibir las respuestas del cuarto objetivo, se va a seguir modificando el producto en función de una mejora continua.

d. **Utilize materials: utilizar materiales**

Desde el inicio del presente proyecto los materiales utilizados han sido: tiempo de organización, redacción de preguntas para 4 entrevistas a profundidad, tiempo para la estructuración de 2 cuestionarios digitales y la amabilidad de los contactos adquiridos dentro de NI para apoyarnos con la difusión de las encuestas y la solicitud para las entrevistas a profundidad.

e. **Require learner response: estimular la respuesta de los estudiantes**

La estrategia a utilizar para estimular la respuesta de los estudiantes es que el grupo con la video-dinámica mejor categorizada al finalizar el año 2020 ganará un premio sorpresa. De acuerdo a lo coordinado con Rosaestela, podría ser un comprobante de consumo o productos de Ecologics que son aliados de NI.

El objetivo de este incentivo es inducir a la mejora continua de las producciones de los voluntarios de la mano de la generación de una competencia sana dentro de la organización.

f. **Evalúate: evaluar para asegurar el uso adecuado de los medios de instrucción**

Tal como se mencionó en puntos anteriores, se le entregará un enlace con un formulario a contestar sobre la sesión en general, tanto sobre el tema tocado como los temas técnicos a mejorar.

2.3.5.2. Implantación de pruebas y evaluaciones:

Al finalizar cada sesión se enviará un formulario de retroalimentación general. Donde 1 significa “Completamente en desacuerdo” y 5 “Completamente de acuerdo”. A continuación, detallamos un formulario a modo de ejemplo.

Pregunta	1	2	3	4	5
1. ¿Todos los conceptos, herramientas y técnicas en esta sesión fueron claros para ti?					
2. ¿Los elementos de sonido, volumen y edición de video de la sesión te parecieron excelentes?					
3. ¿Te sentiste a gusto con el tono de comunicación de la sesión?					

4. ¿Tuviste que volver a ver el video porque el contenido fue difícil de entender la primera vez?					
5. ¿Con cuánto valorarías esta clase?					

Tabla 2.7. Formulario de conceptos.

2.3.5.3. Evaluaciones sumativas para emitir juicio de la efectividad de la instrucción.

Se estructurará un segundo formulario de evaluación sobre el producto final de cada video-dinámica desarrollada por cada grupo del voluntariado para rankear a la mejor producción del año al finalizar la última sesión del mismo. A continuación, un ejemplo del formulario mencionado. Donde 1 significa “Completamente en desacuerdo” y 5 “Completamente de acuerdo”. A continuación, detallamos un formulario a modo de ejemplo.

Pregunta	1	2	3	4	5
1. ¿La bienvenida y el calentamiento estuvieron fantásticos?					
2. ¿Pudiste conectar con la explicación de la dinámica #1?					
3. ¿Pudiste conectar con la explicación de la dinámica #2?					
4. ¿Pudiste conectar con la explicación de la dinámica #3?					
5. ¿El cierre del video te dejó con ganas de ver la siguiente video-dinámica?					

Tabla 2.8. Formulario de validación de efectividad.

2.3.5.4. Indicadores de evaluación de la adopción de conocimientos:

Este proyecto nació a la par que la planificación de las video-dinámicas de NI, por ello al finalizar la primera entrega, al 15 de septiembre del 2020, todavía no se realizaba alguna video-dinámica. Esta sección, se pudo desarrollar luego de que los voluntarios nos enviaran dos de sus videos realizados.

La organización de NI ha dividido la realización de las video-dinámicas en 16 grupos de 4 personas cada. La entrega de cada uno de ellos será semanal. A la fecha, 08 de octubre del 2020, dos grupos han entregado sus videos.

Por consiguiente, se realizará una evaluación por parte de la instructora (Ver anexo: Evaluación de la capacitadora de las video-actividades) y otra, interna entre los mismos grupos de voluntarios a manera de conocer la adopción de los conocimientos prácticos enseñados en los video-tutoriales. (Ver anexo: *Google Form* llamado “Evaluación de Voluntario a Voluntario”) Indicaremos en un cuadro qué voluntario evaluará a qué voluntario pues cada uno de ellos realiza una video-actividad dentro del grupo. Con ello evitar confusiones y mantener la eficiencia de la evaluación.

A continuación, se detallará los indicadores de evaluación de la capacitadora:

	1	2	3	4	5
ORGANIZACIÓN					
Existe una estructura clara del contenido					
Selección de espacio					
Selección de materiales					
LUZ					
Dirección de luz					
SONIDO					
Claridad					
IMAGEN					

Calidad						
PLANOS Y ENCUADRES						
Selección de planos para la dinámica						
EDICIÓN						
Ritmo						
Cortes						
Potenciar el contenido con la edición						
VOZ						
Proyección y claridad						
Respiración						
Vocalización						
Simpleza						
CUERPO						
Soltura						
Calma						
Mirada						
INTENCIÓN						
Claridad y disposición						
Verdad						
Desenvolvimiento						

Tabla 2.9. Indicadores de evaluación de la capacitadora

A continuación, se detallará las preguntas del cuestionario a enviar:

- Número de Grupo:
- Nombre de voluntario:
- Voluntario a evaluar:
- Grupo del voluntario a evaluar:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. ¿La iluminación favorecía?					
2. ¿El espacio donde se grabó te pareció agradable?					
3. ¿El sonido fue claro?					
4. ¿El ritmo de la edición bueno?					
5. ¿Te pareció suficiente el contenido de la video-dinámica?					

Tabla 2.10. Formulario de evaluación de voluntario a voluntario (Ver anexo el *Google Form* llamado “Evaluación de Voluntario a Voluntario”)

2.3.5.5. Indicadores de evaluación para la población beneficiada

Los adultos mayores del CAR Cieneguilla llevarán a cabo cada video-dinámica los domingos por la tarde, luego de ello recibirán una encuesta en una hoja física para evaluar la actividad que acaban de realizar. Este documento, hecho por la asociación servirá para corroborar el entendimiento de los conceptos tratados en la sesión.

2.4. Objetivo del programa

El principal interés del proyecto es mejorar la efectividad del mensaje del voluntariado hacia las PAM del albergue CAR Cieneguilla. De esta manera, asegurar tres momentos en el receptor. Primero, captar su atención; segundo, transmitir el mensaje planificado y por último, canalizar la emoción hasta el otro lado de la cámara. Con esto, lograr que el

receptor no pierda la continuidad de sus actividades para trabajar su sistema cognitivo y social y, por consiguiente, mejorar su estado anímico.

Así mismo, los voluntarios estarían capacitados para lograr una comunicación oral y corporal fluida ante la cámara. Ya que, según Pons, el lenguaje corporal, los gestos y las intenciones comunican más rápido las emociones que el lenguaje verbal. No solo representa un 93%; si no que, además, comunican una fracción de segundos antes que las palabras emitidas por la voz. (Pons, 2017) Por ello, se abordarán temas para mejorar el desenvolvimiento corporal y vocal acorde al mensaje que se está transmitiendo, como lo es el tono, el volumen, la cadencia y la rapidez de la voz en el emisor.

Igualmente, se busca un mejor manejo por parte del voluntariado de las técnicas audiovisuales de pre-producción, producción y post-producción. Este módulo incluirá sesiones a un nivel suficiente para convertirlos en creadores de contenido autónomos y multidisciplinarios desde casa. Tanto el manejo de cámara como la comunicación fluida, conseguirán el cumplimiento del objetivo principal.

Una vez que los voluntarios estén implementando las herramientas y aprendizajes adquiridos en el presente programa, las video-dinámicas estarían desarrolladas a un nivel de calidad tal que puedan difundirse en otras casas de reposo, ya sean de INABIF o privadas. Por último, se espera poder colocar las video-actividades en las redes sociales de NI. Así, captar y motivar al público digital, en su mayoría jóvenes, a que puedan aplicarlo en casa con los adultos mayores cercanos.

Como se detalló anteriormente, el público objetivo primario es el equipo de voluntarios

2.5. Plan de medios

La difusión de los video-tutoriales será a través de un canal de YouTube llamado “Nietos a Distancia”. Será creado para el uso exclusivo del voluntariado en cuestión. Esto se debe a que el programa se caracteriza por una comunicación interna. El resultado que se espera del proyecto son los videos hechos por el voluntariado sobre la base de estas enseñanzas, los cuales sí serían públicos en su propio canal de YouTube y puedan potenciar su contenido.

Las infografías se podrán visualizar a través de un enlace de *Google Drive* que se encontrará en la descripción de cada video.

2.5.1 Selección

Se realizó una encuesta para determinar la preferencia de los voluntarios donde se propuso espacios como *Whatsapp*, *Google Drive* y *YouTube* siendo el último la preferencia de los mismos. Además, la selección de este medio se debe a su fácil acceso desde cualquier dispositivo conectado a wifi para los voluntarios.

2.5.2 Periodicidad y plazos de ejecución

A la fecha, tenemos tres video - tutoriales realizados (ver anexo adjunto). Se planea publicar un video semanal cada viernes hasta el 06 de noviembre.

Fecha de entrega	25/09/20	02/10/20	09/10/20
Tema del video	¿Cuál es el objetivo de mi mensaje y cómo comunicarlo?	¿Qué es un plano y cuál debo usar para mi video-dinámica?	La imagen, la luz y el sonido de mi video

Fecha de entrega	16/10/20	23/10/20	30/10/20	06/11/20
Tema del video	Organizando la estructura	La forma más sencilla de editar mis videos	Soltura de cuerpo para una comunicación efectiva	Comunica mejor con técnica en la voz

3. SUSTENTACIÓN

3.1. Justificación

Elegimos el *e-learning* sobre temas de comunicación audiovisual y comunicación no verbal como producto comunicacional debido a que identificamos que los voluntarios deseaban seguir conectando emocionalmente con las PAM a través de la cámara. Su preocupación por aprender estas herramientas para lograr comunicar su mensaje eficientemente a los adultos mayores era tan latente como el conocimiento por parte de nosotras sobre ambos temas.

Ximena Galiano desde el ámbito de la técnica audiovisual como creadora de contenido hace más de 4 años y ambas desde el ámbito de la comunicación no verbal a través de la preparación para la actuación profesional con más de un año de experiencia. Dichos conocimientos bajo el marco de un diseño instruccional a medida, la metodología PRADDIE, hicieron posible que este proyecto se haga realidad únicamente con el objetivo de continuar con las actividades de voluntariado en el albergue CAR Cieneguilla sin poner el riesgo la salud de ninguno de los involucrados.

Las video-dinámicas fueron una solución ideada por Nietos Itinerantes para llevar al albergue en formato de CD o USB; sin embargo, al carecer de las técnicas mencionadas en el primer párrafo iba a ser una iniciativa trunca. Identificamos, al inicio de esta investigación, que estaban muy bien capacitados sobre temas gerontológicos con expertos internacionales, pero no contaban con alguna dirección sobre comunicación no verbal, oral ni sobre técnicas audiovisuales; además, no contaban con algún voluntario que supiera editar videos.

3.1.1. Importancia de abordar esta problemática

Debido a la coyuntura actual, el aislamiento social se volvió una obligación para las PAM, razón por la cual muchos han dejado de ver a familiares, recibir visitas y socializar fuera del albergue, sobre todo en el caso de los adultos mayores que habitan en casas de reposo en los cuales solo el 40% cuenta con familiares quienes eran visitados esporádicamente. La soledad puede agudizar la depresión, incrementar el deterioro cognitivo y por tanto,

bajar las defensas del sistema inmune, volviendo al adulto mayor aún más propenso a adquirir cualquier enfermedad. (Andina, 2020)

Como la labor de NI es empoderar al adulto mayor en todas sus formas, pero, sobre todo, ayudarlos a salir de la rutina alegrando su día con juegos educativos para fomentar el trabajo de la memoria, ellos decidieron continuar con su labor a distancia. Así que se optó por ayudar a perfeccionar la comunicación empática y asertiva a distancia. A través del relacionamiento virtual (video-dinámicas), entre el equipo voluntario y las personas adultas mayores, NI busca contribuir con la salud emocional de los residentes, reduciendo la soledad y el aislamiento desde hace tres años. (Asociación Civil Nietos Itinerantes, 2020)

Como resultado de las entrevistas a profundidad, se obtuvo que la mayoría de voluntarios conectaba con las PAM muy bien de manera presencial, pero les generaba incertidumbre no obtener la misma respuesta por parte del adulto mayor ya que no estarían frente a frente al momento de explicar y trabajar la dinámica.

3.1.2. Elección de Estrategia comunicacional

El *e-learning* no se refiere a una nueva pedagogía si no a la adaptación de los temas de aprendizaje bajo el marco de las potencialidades que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación (TIC) (Mora-Vicarioli y Salazar-Blanco, 2019). En ese sentido, se optó por una estrategia comunicacional de educación a distancia (EaD) con el objetivo de hacer llegar al voluntario todo el conocimiento puntual sobre los temas ya descritos.

El diseño instruccional (DI) surgió de la indagación sobre la forma más adecuada de hacer llegar el conocimiento a los voluntarios. Se identificó que el DI se debe utilizar tanto para clases presenciales como para la EaD, de esa manera asegurar la efectividad de las clases. Tanto del entendimiento de los voluntarios como de la mejora continua de la instrucción.

Además, se planea tener sesiones de preguntas y asesoría cada dos semanas luego de entregado el material. Así mantener la cercanía entre ambas partes y continuar la colaboración mutua de aprendizaje. De esta manera se realizará un seguimiento indirecto

de las clases impulsando la continuidad y finalización de los módulos preparados. Esta estrategia fue tomada para evitar la deserción de los voluntarios ante el aprendizaje en línea, trabajando de la mano con enseñanza asincrónica y sincrónica. (Asín, Cubela y Senú; 2019) Siendo la primera, no en tiempo real: los video-tutoriales, y la segunda, en tiempo real, con las asesorías bimensuales.

Si bien la instructora será quien imparte las sesiones para formar una estructura de enseñanza-aprendizaje unidireccional durante cada clase, esta no terminará allí. Al poder comentar y preguntar bajo los videos en *YouTube*, los lectores de aquel contenido podrán aprender de lo comentado y preguntado por otros y así generar una cultura colaborativa de aprendizaje. (Pérez y Akombo, 2019) De igual modo, se responderán las preguntas en un marco de 48 horas.

3.1.3. Importancia en la organización:

Cabe resaltar que el contenido que se está creando para NI en los video-tutoriales es único y personalizado. Esto quiere decir que está hecho a medida de la organización con el único objetivo de ayudarlos. Es probable que se encuentre contenido sobre los temas necesitados por los voluntarios en internet gratuitamente pero no en un solo espacio y/o plataforma. Con esto, le aminoramos tiempo y esfuerzo de investigación al voluntariado para adquirir estos conocimientos. Los pasos para una buena creación de contenido al alcance de todos los voluntarios.

Como se ha visto a lo largo de la carrera de comunicaciones, la calidad del contenido en los canales digitales de la organización debe representar los valores de marca y sobre todo respaldar una buena imagen organizacional. Sumado a ello, crear contenido de calidad atrae la mirada, no solo de las PAM sino también de otros albergues, instituciones públicas y privadas que serían potenciales donantes.

Las clases aquí planteadas, son resultado de los nuevos hábitos del promedio de voluntarios, 27 años, (Anexo de resultado de encuestas) denominada como “alfabetismo transmedia” según Scolari (2016). Se incorporó el aprendizaje formal e informal. El primero incluye la forma tradicional de aprendizaje en el aula, mientras que la segunda

incorpora el entendimiento de cómo las nuevas generaciones están adquiriendo sus conocimientos fuera de las aulas. (Scolari, 2016) Como los voluntarios afirman desear en las encuestas.

3.2. Validación del proceso del Video-Tutorial piloto

A continuación, los objetivos de la validación de cada proceso de investigación, los formularios y los resultados correspondientes a cada etapa.

3.2.1. Metodología:

Las metodologías utilizadas fueron cualitativas y cuantitativas, donde el primer objetivo de investigación se resolvió de manera cualitativa, con entrevistas a profundidad a voluntarios de NI y dos pertenecientes al albergue CAR Cieneguilla; mientras que el segundo, tercer y cuarto objetivo, con encuestas de Google Forms directamente a los voluntarios de NI.

3.2.2. Detalle de resultados y eficacia:

Objetivo 2 de investigación y variaciones:

Número de investigación	Objetivo de investigación	Enlace de formulario
2	"Confirmar el interés de los voluntarios por capacitarse en herramientas de comunicación no verbal, verbal y técnicas audiovisuales".	https://forms.gle/hFENJH8DR6qmm4Km9

Tabla 3.1 Objetivo 2 de investigación.

Resultados:

Cabe resaltar que los voluntarios de NI se mostraron muy abiertos a cooperar. Se puede notar con las respuestas redactadas por ellos como en la disposición de la mayoría de voluntarios para contestar, 43 de 67.

Se realizó un cuestionario de 11 preguntas donde se desglosó desde lo más general a lo más específico, la validación de su interés por capacitarse en herramientas de comunicación no verbal, verbal y técnicas audiovisuales.

¿Te sentiste cómodo con la idea de grabar las actividades?

43 respuestas

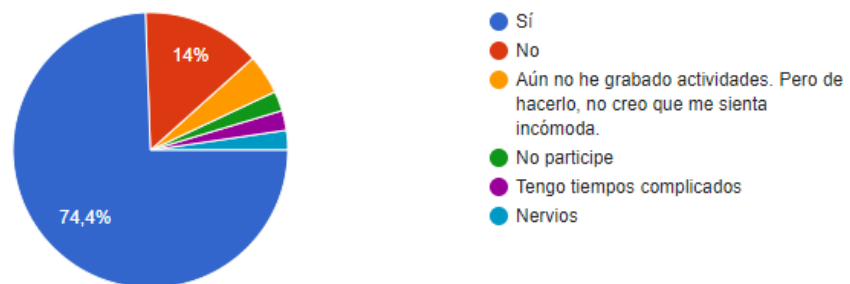


Figura 3.1. Comodidad con las actividades.

Luego de identificar el problema principal con los voluntarios líderes, fue una sorpresa ver que el 74,4 % de los encuestados se sentía cómodo al grabarse realizando las actividades pues las entrevistas a profundidad arrojaron todo lo contrario. Incluso, más del 82% contestó que su desenvolvimiento ante la cámara era entre medio y alto. Mientras que un 11% consideró que era “muy alto”.

Del 1 al 5, ¿ Qué tan bueno es tu desenvolvimiento frente a la cámara? (1 es muy bajo y 5 es muy alto)

43 respuestas

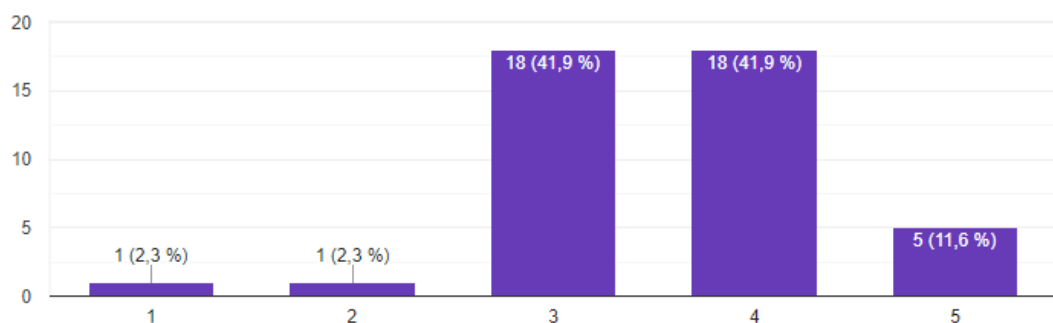


Figura 3.2. Desenvolvimiento frente a la cámara.

Luego, poco a poco se fueron sincerando un poco más como en la siguiente respuesta donde el 53,5% afirma que cada vez que se grababan sentían que comunicaban a un 50% lo que deseaban.

¿Sientes que cada vez que te grabas logras comunicar lo que deseas?

43 respuestas

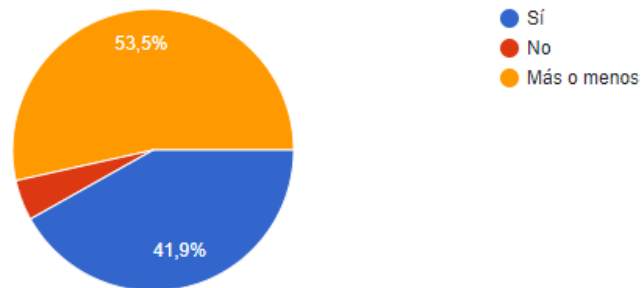


Figura 3.3. Efectividad de comunicación al grabar.

En la siguiente respuesta sí se nota la necesidad de asesoría en cuanto al uso de cámara, encuadre, iluminación y sonido para los voluntarios. Casi en un 44,2% confirmó la necesidad de este tipo de asesorías.

Para concluir, en las 2 últimas respuestas se puede validar el objetivo principal que era la confirmación de la necesidad de instrucción sobre herramientas de cámara y técnicas de manejo corporal y oral. Más del 90 % respondió que sí la necesitaban, donde el 34,9% respondió “sí, a nivel básico” y más del 60%, “sí, a nivel intermedio”. Gracias a este cuestionario resuelto por el público objetivo el 8 de septiembre del 2020, se decidió encaminar la solución a través de los video-tutoriales a nivel intermedio.

¿Te gustaría recibir video-tutoriales sobre manejo de cámara y edición de videos?

43 respuestas

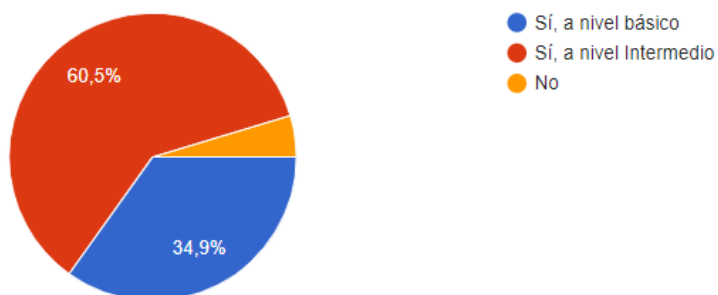


Figura 3.4. Respuesta a video-tutoriales.

¿Te gustaría recibir video-tutoriales de herramientas para mejorar tu comunicación oral y corporal frente a la cámara?

43 respuestas

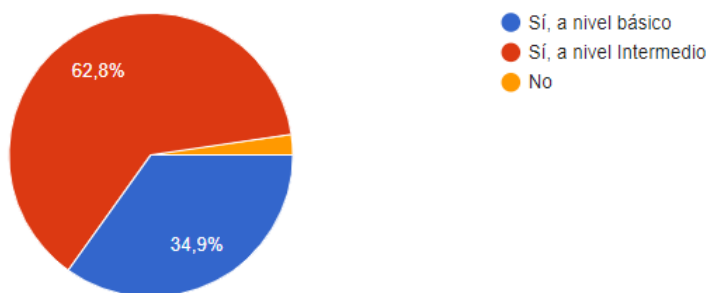


Figura 3.5. Recepción de video-tutoriales.

Objetivo 3 de investigación y variaciones:

Número	de	Objetivo de investigación	Enlace de formulario

investigación		
3	“Validar el nivel de entendimiento del nombre de cada sesión por parte de los voluntarios”	https://forms.gle/mLcNPBr9nUX1nRSK6

Tabla 3.2 Objetivo 3 de investigación.

En esta encuesta, primero se recopiló la edad de los voluntarios donde la mayoría tenía 21, 24, 27 y 33 años. Luego la definición de la plataforma en la que deseaban que se le compartieran los video-tutoriales donde YouTube ganó con 65,5% y en segundo lugar con un 20,7% consideró mejor que sean compartidos a través de un chat de WhatsApp.

Además, se listaron los nombres de cada clase separados en 2 módulos:

Primero, los nombres a validar del módulo sobre comunicación oral y corporal fueron los siguientes:

¿Del 1 al 5, qué tan claro te parecen lo siguientes temas a tratar en los video-tutoriales sobre comunicación oral y corporal? (Donde 1 es nada claro y 5 es muy claro)

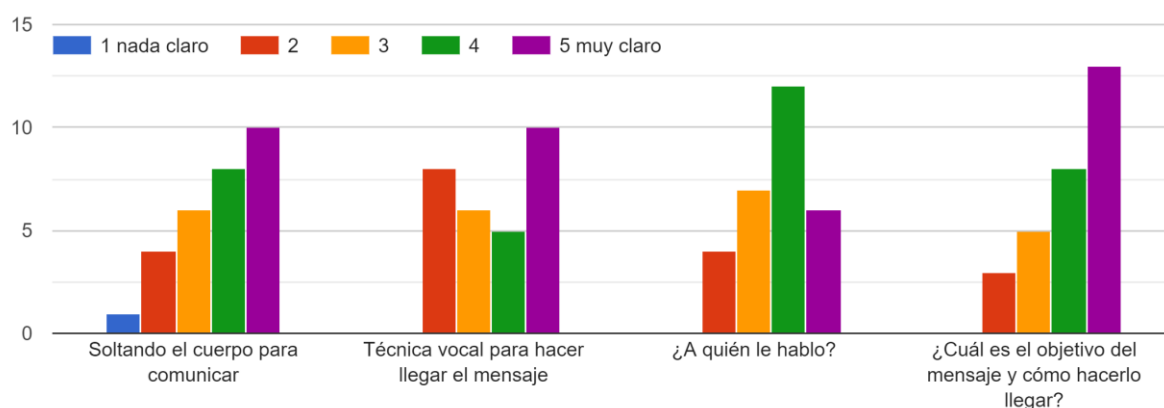


Figura 3.6. Claridad de los temas sobre la comunicación oral y corporal.

Inmediatamente después de esta pregunta, pedimos que agreguen algún tema que les resultara importante adicionar al presente tema y mencionaron temas de gesticulación, soltura de cuerpo, entonación, lenguaje no oral, cómo modular la voz, ejercicios de respiración, cómo transmitir empatía a través de la voz, tono de voz, comunicación asertiva y escucha activa, palabras claves y sencillas que ayuden a captar las ideas y palabras claves y sencillas que ayuden a captar las ideas.

Los nombres a validar del módulo sobre manejo de cámara y edición de videos fueron los siguientes:

¿Del 1 al 5, qué tan claro te parecen lo siguientes temas a tratar en los video-tutoriales sobre manejo de cámara y edición de videos? (1 es nada claro y 5 es muy claro)

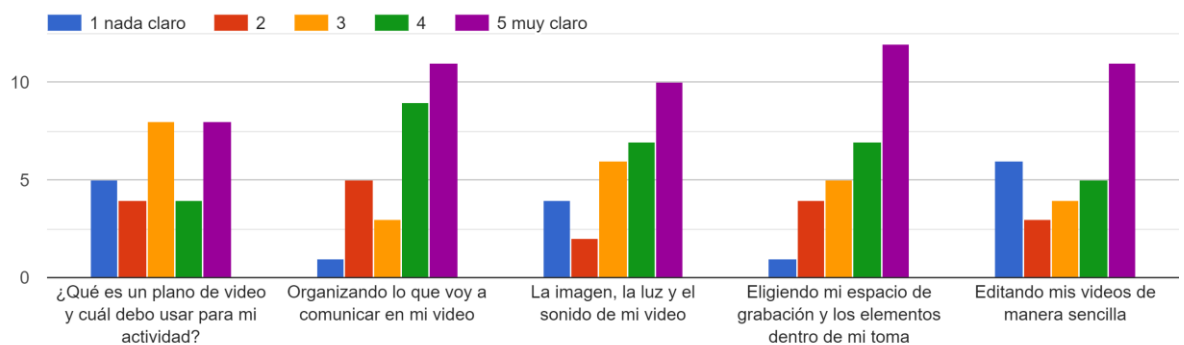


Figura 3.7. Claridad de los temas sobre manejo de cámara y edición de video.

Los temas que les gustaría adicionar a los ya mencionados fueron cómo cancelar el ruido de fondo en los videos, conocimientos sobre resolución de imagen, aplicaciones móviles o programas para edición fácil de fotos y videos, animaciones y cómo grabar con el mismo celular. (Anexo de encuestas)

3.3. Correcciones:

Luego de la segunda encuesta se cambiaron los nombres de los subtemas de cada módulo tomando en consideración las sugerencias descritas líneas arriba y el nivel de entendimiento de cada título.

En el módulo 1 decidimos separarlo en tres sesiones: cuerpo, voz e intención. En la última, unimos “¿A quién le hablo?” y “¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo hacerlo llegar?” en “¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo comunicarlo?”. Mientras que los demás nombres, se listan a continuación.

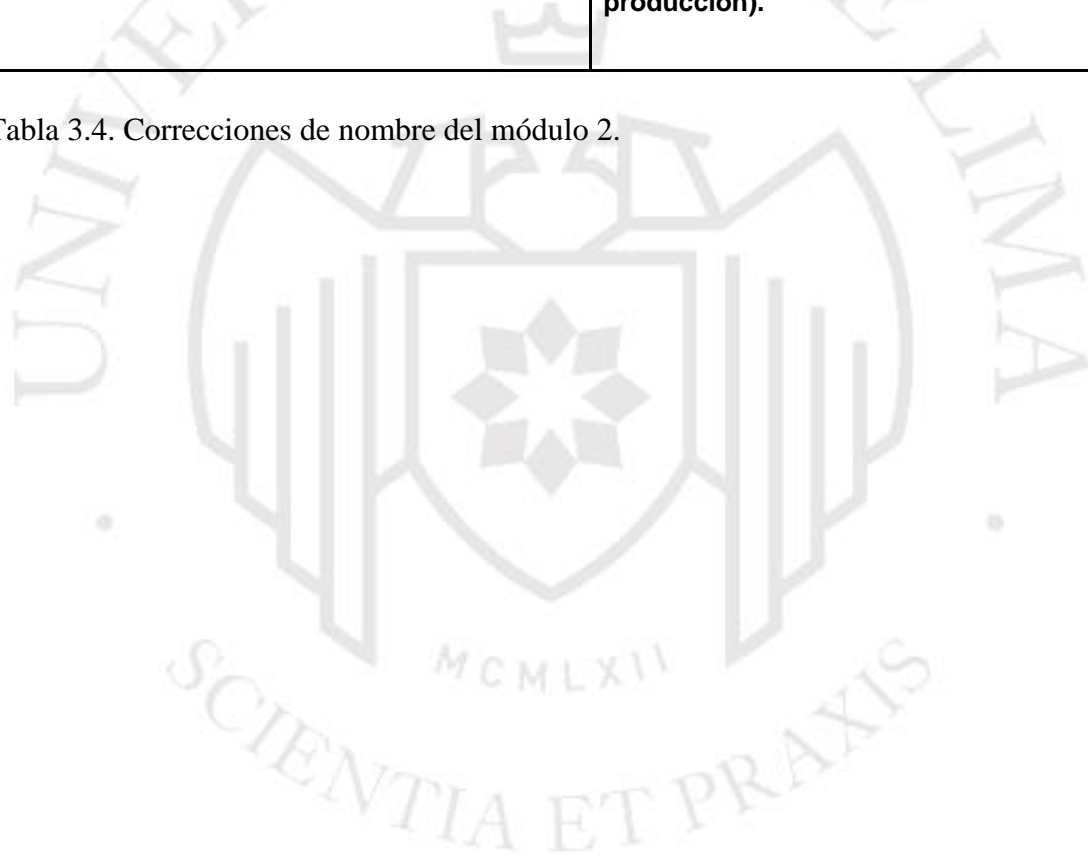
Módulo 1: Comunicación oral y corporal	
Antes	Después
1.1. Soltando el cuerpo para comunicar	Soltura de cuerpo para una comunicación efectiva
1.2. Técnica vocal para hacer llegar el mensaje	Comunica mejor con técnica en la voz
1.3. ¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo hacerlo llegar?	¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo comunicarlo?

Tabla 3.3. Correcciones de nombre del módulo 1.

Módulo 2: manejo de cámara y edición de videos	
Antes	Después
2.1. ¿Qué es un plano de video y cuál debo usar para mi actividad?	¿Qué es un plano y cuál debo usar para mi video-dinámica?

2.2. Organizando lo que voy a comunicar en mi video	Organizar lo que voy a usar y comunicar en mi video
2.3. La imagen, la luz y el sonido de mi video	La imagen, la luz y el sonido de mi video
2.4. Eligiendo mi espacio de grabación y los elementos dentro de mi toma	Eligiendo mi espacio de grabación y los elementos dentro de mi toma
2.5. Editando mis videos de manera sencilla	La forma más sencilla de editar mis videos (La mejor post-producción es una excelente Pre producción).

Tabla 3.4. Correcciones de nombre del módulo 2.



4. RECOMENDACIONES

El video-tutorial piloto sirvió para mejorar de inmediato el siguiente y preparar un contenido más robusto. Además, se sumaron correcciones por parte del equipo. Como parte del apoyo a brindar, se sumarán diferentes actividades para que la difusión de la labor de NI crezca a nivel nacional y, a largo plazo, quizás regional. A continuación, describimos los posibles alcances.

4.1. Efectividad de Video-Tutoriales:

Se envió a los voluntarios el [primer piloto de los video-tutoriales](#), la sesión 3, “¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo comunicarlo?”, del módulo 1, “Comunicación oral y corporal”. Se eligió este video pues engloba conocimientos básicos de las sesiones predecesoras, sobre técnica de voz y cuerpo; además, prepara al voluntario para el siguiente módulo sobre técnicas audiovisuales. (Anexo de videos)

Este video fue enviado con una encuesta de validación de comprensión y retroalimentación del contenido donde se obtuvo que más del 80% de encuestados considera que los conceptos explicados le van a ser de utilidad y más del 70% encontró claridad en la explicación (Anexo de encuestas).

Como sugerencias de mejora, se consideró una doble vía, por parte de los voluntarios y por parte del equipo realizador del presente proyecto. Sobre las sugerencias de los voluntarios, comentaron que se debería agregar más ejemplos durante el video, un resumen de los puntos más importantes al final del video e información sobre técnicas de grabación y edición. Sobre las sugerencias del equipo realizador, se deberá corregir el enfoque de las tomas con el lente angular.

Gracias a los buenos comentarios (Anexo de encuestas) y a estas recomendaciones, se grabó un [segundo video-tutorial](#) incluyendo las correcciones aquí descritas de la sesión 3, “La imagen, la luz y el sonido de mi video”, del módulo 2, “Manejo de cámara y edición de videos”. (Anexo de videos)

Se planea entregar los ocho video-tutoriales al 30 de septiembre del presente año, de esta manera apoyarlos y que se puedan realizar las video-dinámicas con las asesorías del caso. Además, como ya se comentó, se busca una visualización de todos los módulos por parte

del voluntariado. Por ello, realizaremos un seguimiento cada dos semanas con sesiones en vivo de una hora para preguntas y respuestas.

4.2. Proyección de Video-dinámicas:

Una vez que se haya finalizado con la totalidad de módulos, esta hora será destinada a modo de asesoría para que las video-dinámicas ya grabadas, por ellos, sirvan para la creación de su contenido digital.

Ya sea para potenciar su canal de *YouTube* o para usar unas tomas y generar artes a modo resumen como la infografía presentada en este proyecto o hechos por ellos mismos. (Anexo Nietos Itinerantes). Se les dará a conocer herramientas fáciles de edición de video, fotografías y herramientas para resumir todo en Visual Thinking, la herramienta utilizada para la realización de la infografía.

Además, como se conversó en un momento con Luis Camacho, líder de los voluntarios en metodologías en NI, existe una alta probabilidad de subir sus video-dinámicas en su canal de YouTube para así llegar a otros voluntarios y/o adultos mayores a nivel nacional y regional.

4.3. Cierre

Finalmente, el rol que se está cumpliendo en el presente proyecto es el de un docente quien debe estimular al aprendizaje; es decir, el aprender a aprender en función de la creatividad, la autonomía, la curiosidad, fortalecer el liderazgo y el aprendizaje colaborativo.

REFERENCIAS

Andina, A. (2020). Cuarentena: Depresión y deterioro de la memoria aumentan en adultos mayores. Obtenido el 07 de Setiembre, 2020, de <https://andina.pe/agencia/noticia-cuarentena-depresion-y-deterioro-de-memoria-aumentan-adultos-mayores-800938.aspx>

Asociación Civil Nietos Itinerantes, 2020. PROPUESTA DE TRABAJO. Programa de Acompañamiento Virtual para Centros de Atención Residencial de Personas Adultas Mayores 2020-2.

Asín, M.; Cubela, JM.; Senú, I. 2019. La orientación educativa en los cursos a distancia. Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional, ISSN 1390-9789, Vol. 7, N°. 3, 2019 (Ejemplar dedicado a: *September - December*), págs. 42-49. Obtenido el 13 de septiembre, 2020 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7299597>

Blouin, C. (2018, octubre). La situación de la población adulta mayor en el Perú (N.o 1). Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (IDEHPUCP). <https://cdn01.pucp.education/idehpucp/wp-content/uploads/2018/11/23160106/publicacion-virtual-pam.pdf>

Cookson, P. (2003). Elementos de Diseño Instruccional para el Aprendizaje significativo en la educación a distancia. Universidad de Sonora México. Obtenido el 11 de Septiembre, 2020 de https://issuu.com/universidaddavinci/docs/elementos_de_diseno_instruccional_p_fb4480f62b56af

El Peruano. (2020). Decreto Supremo que modifica el Decreto Supremo N° 116-2020-PCM, Decreto Supremo que establece las medidas que debe seguir la ciudadanía en la nueva convivencia social y Prorroga el Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del COVID-19, modificado por los Decretos Supremos N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM y N° 139-2020-PCM-DECRETO SUPREMO-N° 146-2020-PCM. Obtenido el 06 de Septiembre, 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-modifica-el-decreto-supremo-n-116-2020-decreto-supremo-n-146-2020-pcm-1880528-1/>

El Peruano. (2020). Coronavirus: Trabajador mayor de 65 años será considerado parte del grupo de riesgo. Obtenido el 07 de Septiembre, 2020, de <https://www.elperuano.pe/noticia-coronavirus-trabajador-mayor-65-anos-sera-considerado-parte-del-grupo-riesgo-95825.aspx>

El Peruano. (2020). Número de fallecidos por coronavirus llega a 25,648 en el Perú tras nueva actualización. Obtenido el 08 de Septiembre, 2020, de <https://elperuano.pe/noticia-numero-fallecidos-coronavirus-llega-a-25648-el-peru-tras-nueva-actualizacion-101103.aspx>

Facebook, 2020. Perfil de Nietos Itinerantes en Facebook. Obtenido el 09 de Septiembre, 2020 <https://www.facebook.com/nietositinerantes/>

Gestión, R. (2020, May 03). Ejecutivo aprueba decreto de prevención, atención y protección de adultos mayores. Obtenido el 07 de Septiembre, 2020, de <https://gestion.pe/peru/coronavirus-en-peru-ejecutivo-aprueba-decreto-de-prevencion-atencion-y-proteccion-de-adultos-mayores-covid-19-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gestión, R. (2020, May 20). Mayor grupo de infectados de COVID-19 está conformado por adultos de 30 a 59 años ¿y los niños? Obtenido el 08 de Septiembre, 2020, de <https://gestion.pe/peru/mayor-grupo-de-infectados-de-covid-19-esta-conformado-por-adultos-de-30-a-59-anos-precisa-el-minsa-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gestión, R. (2020, May 17). Médicos intensivistas: "Ya no estamos recibiendo adultos mayores en UCI, solo a personas con mejor pronóstico". Obtenido el 07 de Septiembre, 2020, de <https://gestion.pe/peru/sociedad-peruana-de-medicina-intensiva-revela-que-se-encuentran-en-fase-de-seleccion-para-las-uci-nndc-noticia/>

Gestión, R. (2020, 3 mayo). Ejecutivo aprueba decreto de prevención, atención y protección de adultos mayores. Gestión. <https://gestion.pe/peru/coronavirus-en-peru-ejecutivo-aprueba-decreto-de-prevencion-atencion-y-proteccion-de-adultos-mayores-covid-19-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gobierno del Perú. (2020). Cuidados del adulto mayor frente al coronavirus. Obtenido el 06 de septiembre, 2020, de <https://www.gob.pe/8778-ministerio-de-salud-cuidados-del-adulto-mayor-frente-al-coronavirus>

Gobierno del Perú. (2020). Coronavirus: Apoyos económicos del Estado por el aislamiento social obligatorio. Obtenido el 08 de Septiembre, 2020, de <https://www.gob.pe/8895-coronavirus-apoyos-economicos-del-estado-por-el-aislamiento-social-obligatorio>

INEI, 2019. 11 de julio día mundial de la población (N.o 1). Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Obtenido el 10 de Septiembre, 2020 de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1671/libro.pdf

Instagram, 2020. Perfil de Nietos Itinerantes en Instagram. Obtenido el 09 de Septiembre, 2020 <https://www.instagram.com/nietositinerantes/>

Ipsos Apoyo. (2019). Perfil del adulto mayor.
<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2537>

<https://cdn01.pucp.education/idehpucp/wp-content/uploads/2018/11/23160106/publicacion-virtual-pam.pdf>

La Cámara. (2020, May 20). La importancia económica de los adultos mayores en el Perú. Obtenido el 11 de Septiembre, 2020 de <https://lacamara.pe/la-importancia-economica-de-los-adultos-mayores-en-el-peru/>

LinkedIn, 2020. Perfil de Nietos Itinerantes en LinkedIn. Obtenido el 07 de Septiembre, 2020 <https://www.linkedin.com/in/nietos-itinerantes-55344116b/>

Martinez, A. (2009) El diseño instruccional en la educación a distancia, un acercamiento de los modelos. Universidad de Guadalajara: México. Obtenido el 10 de Septiembre, 2020 de <https://www.redalyc.org/pdf/688/68812679010.pdf>

MIMP. (2015). Please Enable Cookies. Obtenido 06 Septiembre, 2020, de <https://www.mimp.gob.pe/salaprensa/nota-prensa.php?codigo=1846>

MINSA, CDC. (2020, May 05). Análisis Epidemiológico de la Situación Actual de COVID-19 en el Perú, basado en la información de la Vigilancia Epidemiológica y la

Investigación de Campo. Obtenido el 10 de septiembre del 2020, de <https://www.dge.gob.pe/portal/docs/tools/coronavirus/analisiscoronavirus080520.pdf>.

MINSA, comunicado N 232 (2020). Minsa: Casos confirmados por coronavirus Covid-19 ascienden a 691 575 en el Perú (Comunicado N°232). Obtenido el 07 de Septiembre, 2020 <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/300806-minsa-casos-confirmados-por-coronavirus-covid-19-ascienden-a-691-575-en-el-peru-comunicado-n-232>

Mora-Vicarioli, F. y Salazar-Blanco, K. (2019). Aplicabilidad de las pedagogías emergentes en el e-learning. *Revista Ensayos Pedagógicos*, 14(1), 125-159. Obtenido el 10 de Septiembre, 2020 de <https://doi.org/10.15359/rep.14-1.6>

Munive Loza, L. S., & Ita Sarrin, D. L. (2020). Diseño de historias ilustradas contra la discriminación por edadismo para evitar el aislamiento social [PDF]. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Organización Mundial de la Salud. (2015, 08 Septiembre). OMS | Envejecimiento. Obtenido 05 Septiembre, 2020, de <https://www.who.int/topics/ageing/es/>

Organización Mundial de la Salud. (2016, 29 Septiembre). OMS | Envejecimiento y ciclo de vida. Obtenido el 05 Septiembre, 2020, de <https://www.who.int/ageing/es/>

Palma, T. (2020, 2 junio). Medidas laborales y grupos de riesgo frente al covid-19. LP. <https://lpderecho.pe/medidas-laborales-grupos-riesgo-covid-19/>

Pérez, S. y Akombo D. 2019. Research, technology and best practices in education. Publisher: Adaya Press. Obtenido el 10 de Septiembre, 2020 de <http://www.adayapress.com/wp-content/uploads/2019/07/RTbestpractices.pdf>

Perú, R. (2015, 19 de junio). Adulto mayor: Hijos ejercen el 44% de la violencia psicológica. Obtenido el 06 Septiembre, 2020, de <https://elcomercio.pe/lima/adulto-mayor-hijos-ejercen-44-violencia-psicologica-372979-noticia/>

Politécnica de Chimborazo. Riobamba. Obtenido el 11 de Septiembre, 2020 de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4592>

Pons, C. (2015) Comunicación no verbal. Editorial: KAIROS. Barcelona.

Pueblo, D. D. (2020). Defensoría del Pueblo: Se deben establecer formas amigables de atención para adultos mayores. Obtenido el 08 de Septiembre, 2020, de <https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-se-deben-establecer-formas-amigables-de-atencion-para-adultos-mayores/>

Roura, A. (2020). Coronavirus en Perú: 4 claves para entender por qué a pesar de su temprana cuarentena es el segundo país con más casos de América Latina. Artículo digital en BBC Mundo News. Obtenido el 06 de Septiembre, 2020 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52824767>

Scolari, C. 2016 Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. Artículo de revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación). Obtenido el 10 de Septiembre, 2020 de https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27788/Scolari_Telos_alfa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Totoy Cepeda, Amanda Marisela. (2015). Estudio Comparativo entre las Metodologías MIDO y ADDIE para la Elaboración de Objetos de Aprendizaje. Escuela Superior Vargas, JL. (2019). Cómo combatir el edadismo. Obtenido el 05 Septiembre, 2020, de <https://elperuano.pe/noticia-como-combatir-edadismo-87332.aspx>

Vela Barrientos, L. M. (2019). Informe la situación de las personas adultas mayores [PDF]. Lima: Defensoría del pueblo.

Yukavetsky, G. (2003). La Elaboración de un Módulo Instruccional. Centro de Competencias de la Comunicación. Universidad de Puerto Rico en Humacao. Obtenido el 11 de Septiembre, 2020 de https://issuu.com/universidaddavinci/docs/elaboracion_de_un_modulo_instruccio

Youtube, 2020. Canal de youtube de Nietos Itinerantes. Obtenido el 09 de Septiembre, 2020. https://www.youtube.com/channel/UC50vEK47h0kH_-wFM_16jLQ

ANEXOS

1. Transcripción de entrevistas a profundidad de investigación 1.

<https://docs.google.com/document/d/1NXBqYTvBX7YF-WhxMHZbi7VJyN4ThG15Wwce13hlzEs/edit?usp=sharing>

2. Formularios y resultados de cuestionarios de investigación 2, 3 y 4.

<https://docs.google.com/document/d/1e8e5jtoA3pN71I7mzAV3xHRKjCCN LjLdFdMfNg9JF90/edit?usp=sharing>

3. Enlace de 2 video-tutoriales:

3.1. Módulo 1: Sesión 3: ¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo comunicarlo?

<https://drive.google.com/file/d/1piqLARK7dEzk1fZfIx5JB6wq7ZoSuZeo/view?usp=sharing>

3.2. Módulo 2: Sesión 3: La imagen, la luz y el sonido de mi video

<https://drive.google.com/file/d/1CMHLiPmY87bb0Cbqu7LMLCwiOA0VODBO/view?usp=sharing>

4. Estructura de ambos videos:

<https://docs.google.com/document/d/1Oi69I6vzpOXMjY9yxTqJzsGdFAuzIaC4ILUwgSTYA98/edit?usp=sharing>

5. Enlace de infografía de Módulo 1: Sesión 3: ¿Cuál es el objetivo del mensaje y cómo comunicarlo?

https://drive.google.com/file/d/1STE_gO-BgHesq3y67X8IgIISbnXcdQi7/view?usp=sharing