



Universidad del Azuay

**Facultad de Filosofía, Letras
y Ciencias de la Educación**

Escuela de Comunicación Social

**APLICACIÓN DE LOS PROGRAMAS INTERCULTURALES
RADIALES REALIZADOS POR LA UNIVERSIDAD DEL
AZUAY A PRODUCTOS AUDIOVISUALES Y SU IMPACTO EN
MEDIOS DIGITALES**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado
en Comunicación Social y Publicidad.**

Autoras:

Karolina Mora e Ylenia Pégola

Director:

Mgst. Oscar Vintimilla Ugalde

Cuenca -Ecuador

2019

● ● ● **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a Dios y principalmente a mis padres por ser mi guía y ejemplo, sin ustedes no hubiera sido posible todos los logros que he obtenido en mi vida.

Karolina Mora

En definitiva, este trabajo de titulación se lo dedico exclusivamente a mi madre, Eulalia Jara Román, quién se ha responsabilizado con el fruto de su trabajo en darme una carrera universitaria que siempre me gustó, la comunicación. Además, si ella no se hubiese preocupado toda una vida en que yo sea una buena estudiante, no hubiese llegado hasta aquí para cumplir mis metas profesionales.

Ylenia Pégola

● ● ● AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres y hermana que siempre estuvieron presentes en todas las etapas de mi carrera universitaria, vivieron conmigo cada experiencia que tuve en este arduo camino, calmando todos los sentimientos que tuviera cualquiera que fuesen, sonriendo conmigo e incluso llorando junto a mí, gracias por todo, sin ustedes no tendría las fuerzas para lograr todas mis metas.

No podría dejar de agradecer a mi familia siempre pendientes en que todo esté bien, ñañita Nois, Papito Mora, gracias por siempre estar para mí, a mis primas gracias por ser como hermanas calmando mis angustias y dándome los mejores consejos para poder llegar a la meta.

La etapa de la universidad sin duda fue grandiosa conocí grandes personas que sé que estarán conmigo siempre sin importar cuál sea la situación, gracias amigos míos por siempre estar ahí alegrando mis días universitarios con sus ocurrencias.

Agradezco a nuestro director de tesis Oscar Vintimilla por guiarnos en este proceso, de igual manera agradezco al tribunal Anita Durán y Jorgito Piedra por siempre estar pendientes; gracias a todos mis profesores que me enseñaron a amar mi carrera con sus experiencias y enseñanzas; agradezco a Andrea Mejía y Gustavo Pacheco por apoyarnos en este trabajo.

Gracias a Dios por permitirme haber transcurrido este camino cargado de aventuras, sentimientos y aprendizajes.

Karolina Mora

A todos los que colaboraron para que este trabajo se vuelva concreto:
A mis profesores Oscar Vintimilla y Caroline Ávila, quiénes desde un principio se preocuparon para que todo marche bien; a Anita Durán, Jorge Piedra y Matías Zibell, nuestros decisores finales; a Andrea Mejía, Gustavo Pacheco y Lucía Leiva, quiénes aportaron con material útil; a todos los que colaboraron en nuestros videos; a mis familiares y amigos que me dieron espacio para realizar la tesis; y a mi ex jefa que me dejó renunciar al trabajo para finalizarla.
De corazón, gracias.

Ylenia Pérgola

● ● ● **RESUMEN:**

El siguiente trabajo busca dar a conocer contenido intercultural dentro de cápsulas audiovisuales. Ésta es una investigación sobre el nivel de impacto que tienen los programas interculturales de audio cuándo vienen acompañados de material audiovisual. La metodología que se utilizó fue analizar la interacción del público mediante la herramienta estadística de la red social Facebook, aprovechando que tiene un gran alcance en el público meta, considerando variables como edad, género, ubicación, alcance, minutos reproducidos, reacciones y compartidos. Se produjeron un total de cuatro videos en los cuáles se plasman diferentes aspectos interculturales de interés público.

Palabras claves: interculturalidad, cápsulas, audiovisual, redes sociales

ABSTRACT

The following work seeks to disseminate intercultural content within audiovisual skits. This research intends to evaluate the level of impact that intercultural audio programs have when they are accompanied by audiovisual material. The study analyzed the interaction of the audience through the statistical tool of the social network Facebook, taking into consideration the advantages this network has regarding its wide target audience. The study considered variables such as age, gender, location, scope, minutes reproduced, reactions and shared sources. A total of four videos were produced in which different intercultural aspects of public interest were reflected.

Keywords: interculturality, skits, audiovisual, social networks

Mg. Oscar Vintimilla Ugalde

Thesis Director



Magali Arteaga
Translated by

Mg. Magali Arteaga

TABLA DE CONTENIDO ● ● ●

CAPÍTULO 1 - MARCO TEÓRICO Y ANÁLISIS DE CONTEXTO

1.1 La interculturalidad y Latinoamérica	7
1.2 La radio como canal de difusión	7
1.3 Tecnologías	
1.3.1 Internet Web 2.0	8
1.3.2 Transmedia	9
1.3.3 Redes Social	10
1.4 La ley de comunicación	13
1.5 Radio UDA y las capsulas interculturales	14

CAPÍTULO 2 - METODOLOGÍA

2.1 Metodología.....	16
2.2 Referente escogido	17
2.3 Cronograma de actividades	17
2.4 Facebook como método de análisis	18
2.5 Modo de posteo del material audiovisual	18
2.6 Análisis de interactividad.....	18
2.7 Estrategia utilizada.....	19
2.8 Presupuesto	19
2.9 Pre- producción	20
2.9.1 Laguna de Busa	20
2.9.2 Eliecer Cardenas	22
2.9.3 Museo de las Conceptas	24
2.9.4 Hojalateros del Vado	26

CAPÍTULO 3 – ETAPAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN

3.1 PRODUCCIÓN.....	27
3.1.1 Laguna de Busa	27
3.1.2 Eliecer Cardenas	29
3.1.3 Museo de las Conceptas	30
3.1.4 Hojalateros del Vado	31.
3.2 POST- PRODUCCIÓN.....	32

CAPÍTULO 4- VALIDACIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

4.1 Resultados de posteos en la página oficial de La Voz del Tomebamba33

4.1.1 Hojalateros del Vado33

4.1.2 Elicer Cárdenas34

4.1.3 Laguna de Busa34

4.1.4 Museo de las Conceptas35

4.2 Conclusiones y recomendaciones36

BIBLIOGRAFÍA38

ANEXOS40

Anexo 140

Anexo 2.....41

Anexo 3.....42

• • • CAPÍTULO I • • •

1.1 La interculturalidad y Latinoamérica:

En Latinoamérica la cultura tradicional está muy arraigada, en cada rincón se puede percibir la influencia cultural que han legado los antepasados indígenas, europeos, negros y mestizos, sin embargo, la modernidad ha cambiado varios aspectos importantes de la sociedad. En este sentido Jorge Larraín (2013), afirma que América Latina es el “otro” de su identidad, debido a que fue descubierto y colonizado en los inicios de la modernidad europea, lo cual ha ocasionado la fusión de tradiciones propias y ajenas, y al mismo tiempo, en este proceso de colonización, se perdieron varias costumbres y tradiciones culturales de Sudamérica.

También dice que el afán por la modernización ha hecho que desconfiemos y nos olvidemos de elementos raciales constitutivos indígenas y negros porque pensamos que no tienen aptitudes para la civilización. El intento por modernizar la sociedad no está mal, lo negativo es que en el camino se deja atrás costumbres que han hecho de la sociedad latina lo que es en la actualidad, nos olvidamos de la esencia de nuestra cultura.

Según Enrique Ayala Mora (2011), en el Ecuador ya se siente la necesidad de rescatar y promover la interculturalidad; pero esto no se logrará solo cambiando las leyes, es necesario cambiar las instituciones, llegar a la raíz de todo, empezar cambiando a la sociedad. Se debe impulsar a realizar nuevas prácticas culturales.

1.2 La radio como canal de difusión:

Los autores Crowley, Etherington y Kidd (1981) exponen que el primer sueño que los difusionistas tuvieron fue la radio. Para quiénes explican la teoría del difusionismo, el desarrollo implica que los medios masivos difundan contenido, informen a la sociedad los cambios que existen en su entorno y los cambios que se deben realizar en el mismo, como tradiciones, valores, costumbres, etc.

Los medios dieron paso al desarrollo tecnológico, pero para que se de este desarrollo se necesitó dos puntos esenciales que a continuación se dan a conocer.

1. La comunicación ayuda a la adopción de nuevas tecnologías, pero antes ayuda a las actitudes de cambio que son previas a esta adopción.

2. Para que un cambio tenga el éxito que esperamos, la comunicación es necesaria y muy importante al momento de dar a conocer las habilidades para adoptar dichos cambios.

Dentro de la obra de Crowley, Etherington y Kidd, citan a Proaño diciendo que la “comunidad planificadora” se refiere al conjunto de la población legítima representada. El diálogo forma parte de esta comunidad, por el cual existe un beneficio y riqueza mutua al momento de intercambiar conocimientos.

Los autores Jamison y Mc Anany (1973), citados por Crowley et al (1981) nos hablan sobre cuatro metas para la comunicación en desarrollo dentro del entorno específico de la radio; las cuales son influenciar, informar, enseñar y modificar comportamientos. Partiendo de estas cualidades, la radio ayuda a la alfabetización y a la comunidad para que se difunda y trabaje de manera holística.

1.3 Tecnologías:

1.3.1 Internet Web 2.0:

La Web 2.0 representa una reestructuración de la relación entre productores y audiencia dentro de un entorno online más desarrollado; también como una serie de perspectivas que las empresas adquieren con la finalidad de explotar el lado creativo de las masas, a través de su cooperación y colaboración equitativa, como lo explican Van Dijk y Nieborg (2009)

Dentro de la obra de Jenkins, Ford y Green (2015), se define en la citación de Banks & Humphreys (2008) que los co-creadores principales de contenido se encuentran en el público observador, consumidor y usuario de internet, con contenidos y servicios.

Los co-creadores se convierten al mismo tiempo en colaboradores mientras publican, nombran, forman estructuras y ponen prioridades en diferentes sitios.

También recalcan que el público influye en el esparcimiento de contenido a través de las nuevas tecnologías de la información. Sin embargo, a las empresas que utilizan medios también se les permite controlar conductas de un público en continua expansión. Las prácticas y los derechos percibidos para los usuarios han sido defendidos durante muchos años, como la tendencia de obtener recopilaciones de canciones o material obtenido de una fuente primaria.

Por otro lado, las grandes corporaciones desean controlar conductas consideradas negativas que en el mundo digital podrían tener efecto. Existe un sentimiento de

culpabilidad entre corporaciones y el entorno digital al momento de aplicar cambios en la tecnología e infraestructura de los medios, lo cual ha generado inestabilidad. La distribución digital está rodeada de una cantidad de mensajes que nos muestra el desequilibrio entre los acuerdos morales de los creadores de contenido y el público.

Se considera que el acceso a la información fue mejorando a través de internet y sobre la base de protocolos abiertos se ha generado una red más amplia que permite mayor libertad para navegar, posibilitando un nuevo espacio sin fronteras, cooperativo e innovador. El propósito es buscar dónde está la audiencia para generar contenidos, puesto que el cambio sucede en la web y nace sucesivamente después de que surjan los operadores y fabricantes de informática y telecomunicación, los cuales han generado un modelo que trata de romper la relación entre paradigmas anteriores. Antes no pudo ser generado por simular una manera de simplificar la comunicación tradicional de información y facilitarla en el mercado, según Peñafiel (2016).

Del mismo modo, Escandón (2017), afirma que en Internet se puede adquirir información de diferentes formatos y soportes, lo que genera una comunicación directa y holística, que obliga al usuario a ocupar sus múltiples sentidos y así poder formar parte de la construcción del mensaje.

1.3.2 Transmedia:

Bauman (2001), citado por Luciana Renó (2013), describe a la narrativa transmedia como una manera de comunicarse que surge en la era contemporánea para generar expectativas exigidas por una sociedad volátil. Por otro lado, Luciana Renó (2013) propone que se deben construir caminos adecuados para la narrativa, que hace que una sociedad participe, interactúe y se retroalimente. La narrativa transmedia permite la posibilidad de ser a la vez productores y consumidores de nuevos mensajes.

Peñafiel (2016), señala que el fenómeno transmedia ha generado inmediatez en los contenidos, creando una forma de comunicar y difundir mensajes sobre cualquier tema y aprovechando la convergencia de formatos y plataformas digitales dirigido a públicos diversos que pueden generar respuestas: de esta manera se ha facilitado una mayor interacción al usuario.

Este fenómeno ha sido posible gracias a la unión de la tecnología, las redes sociales y el uso generalizado de segundas pantallas; la comunicación en diferentes

aspectos se sustenta de esta técnica transmedia y ha dejado de transmitir un solo mensaje por un solo canal.

La narrativa transmedia, según Amador (2013), pudo involucrarse en el nuevo modelo cultural, el cual contiene una fusión de medios digitales con contenido audiovisual, y ha logrado ganar presencia poco a poco. Es decir, que se está produciendo un modelo narrativo interactivo para expandirse en diversos sistemas de significación de tipo verbal, icónico, audiovisual o interactivo. De acuerdo con una previa adaptación del entorno, Amador nos acota que esta narrativa se difunde y llega a fondo a través de las relaciones comprendidas en la red, además de que los consumidores virtuales se sumergen en estos medios ecológicos para fomentar la creatividad en los contenidos.

Vásquez Herrero (2017), afirma que lo ficticio no es el único propósito englobado en la narrativa transmedia, puesto que la información contenida en ella construye productos abiertos en varias plataformas, siempre y cuando sea factible que el usuario o el espectador genere cierto tipo de interacción.

Ramos et al. (2012), citado por García (2013), afirman que uno de los medios de comunicación que tuvo que adaptarse al fenómeno transmedia es la radio, la misma que tuvo que actualizar toda su capacidad narrativa. Para profundizar sobre esta teoría, López y Ortiz (2011), citado por García (2013), recalcan que en la actualidad la comunicación radial está transformándose acorde a nuevas tecnologías, hábitos y perfiles.

Del mismo modo, García (2013) afirma que, en los nuevos espectros radiodifusores, la narración está tomando protagonismo y renace con mayor intensidad con el término transmedia, sea en las radios online que en bases de datos. El interés se está incrementando en las plataformas digitales por el hecho de agregar cualidades como el flujo rápido, la inmediatez, la disponibilidad de temas variados, la acogida que al mismo tiempo nos vuelve interactivos.

Estamos al borde de las vías alternativas de comunicación con los medios tecnológicos, el mismo que está aportando a un cambio continuo en la creación, experimentación y la manera de compartir contenidos.

1.3.3 Redes Sociales:

La primera fuente comunicativa e informativa de la esfera social posmoderna se desarrolla en redes sociales. Es por eso que llegaron a convertirse en el esquema contextual de la sociedad, en el que los internautas se entretienen y se informan con

contenido audiovisual, imágenes y textos, organizando en todo un conjunto a los medios de difusión masiva y los de cada usuario para fines prácticos o de entretenimiento, postula Vicente Díaz Gandasegui (2011)

Por otro lado, afirma que la sociedad de la información y la construcción de redes es un modelo adquirido dentro de las redes sociales, y mientras más iba creciendo, comenzaron a surgir contradicciones, verosimilitudes y denominaciones confusas como la cuestión de distinguir si las redes son “sociales” o no, cómo se constituye la definición de “amistad”, si el entorno virtual brinda el mismo espacio que el mundo real o si se distingue de ello, y si nuestra privacidad queda invadida de conflictos y miedos causados por el desgaste de información y comunicación.

A pesar de que son fuente de información, las redes sociales también se prestan para pasar el tiempo libre o momentos de ocio, especialmente en la población joven, además de tener un gran peso y riqueza social en el presente y futuro, comparado con tiempos remotos en la teoría y la práctica.

Estas redes, dice Orihuela (2008), citado por Díaz Gandasegui (2011), son funciones que tienen como base el entorno virtual que permite a los internautas intercambiar información, establecer relaciones, comunicarse y gestionarse en la red. Díaz propone que el fin no está en basarse en un software avanzado, sino en qué es lo que estamos transmitiendo con ese software, para que ese mensaje emitido sea el que se transforme en el conducto, y es por eso que la tecnología es fuente de intercambio de información y mensajes de los internautas, la cual da vida a las redes sociales; todo esto va en contraposición a la obra “El medio es el mensaje” de McLuhan. El éxito o el fracaso depende de la información, se encuentre donde se encuentre.

Díaz se cita a sí mismo en la definición de que las redes sociales toman importancia en la parte audiovisual, cuando se trata de comunicar directa y horizontalmente (Díaz Gandasegui, 2008), es por eso que nos sirve transmitir todo tipo de contenido como una forma alternativa de difundir conocimientos a una población netamente conectada y con sentido de fluidez al momento de navegar, y se constituye de una mejor manera cuando últimamente se ha reforzado el enlace con los medios tradicionales y las redes sociales.

El autor Joseph Duarte (2009), explica que el arte se ha manifestado con sus nuevas formas culturales en el entorno digital. La creatividad forma parte del escenario de la web desde su comienzo, y la posibilidad de estar intercomunicados va creciendo con

intensidad y volumen en el tiempo. La sociedad participativa e influyente forma parte de la popularización de la web y las redes sociales.

Las tecnologías de la web 2.0 comprenden dentro de su espacio lo que es el uso de redes sociales, y es por ello por lo que aportan en el impulso del aprendizaje a nivel estudiantil, académico e individual. Además, el incentivo de programas, los vínculos interpersonales, el marketing y publicidad, la comunicación organizacional etc... han tenido un puesto influyente, todo esto aseverado por Valenzuela (2013) .

Existen varios beneficios que se encuentran dentro de ellas, como explica Porrúa (2009/2010), citado por Valenzuela; como lo es la promoción de habilidades y conocimientos. Lo que en la actualidad existe dentro de las redes sociales, según Valenzuela, es la ampliación de los medios para comunicarse para que los usuarios convivan por medio de instrumentos tecnológicos.

Valenzuela cita a Santamaría (2008), quién asevera que las empresas y las personas, interdependientes entre sí, forman la estructura principal de la red social. Dentro de ellos se encuentran creencias, perspectivas, conceptos, ideas, entorno laboral y mercantil, lazos afectivos, entre otros, y cada vez más, esta serie de conceptos se vuelven más amplios.

Valenzuela también cita a la comScore (2012), que nos presenta datos significativos para la región latinoamericana, la que más se ha “comprometido socialmente”, con cibernautas que dedican 7 horas y media dentro de un mes en sitios de redes sociales: en abril de 2012, 127 millones de internautas mayores de 15 años, navegaron en una red social en el territorio latinoamericano. Redujeron al total del tiempo utilizado en internet en 4 minutos, de los cuales 1 de los 4 minutos era el tiempo invertido en Facebook, con casi 115 millones de usuarios; a diferencia de Twitter, que tiene a casi 28 millones de navegantes, de LinkedIn, con casi 11, y Myspace con casi 6. El Estado brasileño se encuentra en primer lugar en el uso de la red social Pinterest, con un porcentaje de usuarios del 27.8%, seguido por México, que tiene el 16.1%.

Entonces, en el plano educativo se utilizan dos tendencias dentro de las redes sociales: la primera, son redes académicas e investigativas, y la segunda, son redes abiertas al público para contener cualquier tema, como asevera Valenzuela.

1.3.4 La ley de comunicación:

La ley de comunicación del Ecuador (2013) posee varios artículos que señalan la importancia de la interculturalidad, de su difusión y la necesidad de proteger y rescatar varias costumbres y términos interculturales.

A continuación, se dará a conocer los artículos que reflejan la necesidad y la importancia de la interculturalidad.

Art.- 14. “Principio de interculturalidad y plurinacionalidad”: El Estado realizará las acciones necesarias para que entre los pueblos y nacionalidades exista una relación intercultural, para así poder crear contenido que refleje la identidad y cultura del Estado ecuatoriano y poder ser difundido.

El artículo 14 nos da a conocer la importancia de reconocer a los pueblos que siguen manteniendo la verdadera esencia de la sociedad ecuatoriana, así como la lengua origen de varias culturas de nuestro país.

Art.- 36. “Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional” Los pueblos indígenas, montubios y afroecuatorianos tienen acceso a difundir material que hayan producido y que plasmen su cultura, conocimiento y tradición; los medios de comunicación tienen la obligación de transmitir este contenido con el 5% de su programación, si los medios desean que el porcentaje de esta transmisión sea mayor queda en decisión de ellos.

En el artículo 36 de La Ley de Comunicación del Ecuador se plasma un mandato que se dio en el año 2013, el cual consta que los medios radiales del 100% de su programación el 5% debe ser intercultural, debido a esta ley las emisoras cuencanas y del Ecuador en general tuvieron que acatar a esta norma y realizar contenido radial intercultural.

Art.- 71. “Responsabilidades comunes”: Los medios de comunicación tienen la obligación de informar, rigiéndose a las leyes descritas en la Constitución, ya que es un derecho constitucional estar informado.

Los medios tienen varias responsabilidades, una de ellas se mencionará a continuación:

“7. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales”

El artículo 71 en su numeral siete, lo que busca es resaltar que en el Ecuador hay una diversidad cultural, cada uno con sus costumbres y creencias, se quiere difundir este

contenido intercultural para dar a conocer a toda la sociedad que ha adoptado un comportamiento basándose en la modernización la importancia del contenido intercultural.

1.3.5 Radio UDA y las capsulas interculturales:

Las radios universitarias se abren campo en la parte reguladora y estructural de la comunicación para la comunidad. Dentro de ellas, trabaja un grupo académico de estudiantes que trabajan juntamente con su entorno para que puedan existir estas radios, como asevera Moscoso (2014). Chamizo (2014) citado por Moscoso considera que las radios universitarias deben ir más allá de trabajar para la institución, sino para todo un público oyente. Entonces, hay que aprovechar este espacio donde ciencia y cultura se crean para difundir conocimiento a la sociedad: las radios universitarias son mediadoras de una audiencia externa e interna de la institución.

La Universidad del Azuay, explica Pacheco (2017) tiene a su emisora radial oficial “Radio UDA” que, además de informar, generar cultura y educación más allá de su plano académico, forma parte de la escuela de comunicación social, abierta para prácticas preprofesionales. Además, dice que para la Mst. Narcisa Ullauri, directora de vinculación de la universidad, es importante que la emisora se abra campo a tareas y nuevos proyectos de vinculación, como por ejemplo los programas interculturales.

La universidad el 17 de junio de 2016 firmó un convenio con la Asociación de Radiodifusión AER, en la cual participaron los alumnos de quinto ciclo del periodo 2016-2017, con la dirección del profesor Hugo Guillermo, este convenio consistía en realizar programas y microprogramas interculturales que se difundieron en las emisoras que forman parte de AER como Radio Maggica, Tomebamba, Radio Santiago, Radio Roció, etc.

Las cápsulas debieron poseer contenido intercultural con una duración de tres minutos. Este convenio se actualizó en el periodo 2017-2018 y continuaron realizando los alumnos que cursaron la materia de producción de radio de este periodo.

Según Hugo Guillermo, profesor encargado de esta vinculación, el proyecto se llevó a cabo para que los estudiantes puedan tener una experiencia fuera de las aulas de clase, ya que afirma que éste ayudó a que los alumnos comprendan mucho más la radio y sobre todo que estuvieran al tanto del contenido intercultural que tenemos en nuestra

sociedad y la importancia de difundir este contenido en un medio tan importante como la radio.

A pesar del compromiso y esfuerzo que se hizo para que las cápsulas radiales se transmitan en las emisoras de AER, el nivel de atención y acogida por parte del público oyente se ha dado ocasionalmente, en situaciones donde las cápsulas se escuchan en la mañana antes de la jornada laboral y estudiantil al momento de utilizar vehículos públicos y privados para transportarse, también al mediodía cuando hay recesos.

Además, la recordación del contenido informativo emitido ha sido escasa, puesto que la aparición de las cápsulas radiales, en la mayoría de las emisoras, es repentina, es decir, aparecen inoportunamente. Toda esta información se ha recopilado de sondeos y entrevistas personales a los ciudadanos de Cuenca y en la Universidad del Azuay. Es por eso que se ha optado por producir las cápsulas audiovisuales con el mismo contenido de las cápsulas radiales, para que el contenido sea asimilado de una mejor manera en las fan page de las redes sociales, por lo que nuestro público objetivo como son jóvenes, adultos, estudiantes, profesionales, empleados y demás ciudadanos que tienen acceso a internet, también accedan para informarse y aprender sobre interculturalidad, ya que su tiempo dedicado a la navegación por redes sociales es suficientemente alto.

• • • CAPÍTULO II • • •

2.1 Metodología:

La investigación es de tipo cuasi experimental. El espacio para la aplicación de este trabajo fue la estación radiofónica Tomebamba, incluida su fan Page. En la actualidad la emisora transmite el contenido intercultural que recibe de la Universidad del Azuay. Se aprovechó este vínculo para analizar el contenido y proponer los programas audiovisuales con narrativa transmedia. Por ende, ha sido el primer paso del estudio, que al final contó con un total de 4 producciones. Como primera instancia el estudio contaría con una producción de 6 videos, sin embargo, debido al tiempo y complicaciones al momento de grabar en lugares lejanos, se llegó al acuerdo de que la investigación tendría 4 producciones.

Para la evaluación se aplicó un enfoque metodológico cuantitativo, sobre la base del análisis de contenido de la fan Page de la radio escogida. La unidad de análisis fue la interacción del seguidor de la página, evaluada a partir de las reacciones emotivas y acciones específicas como compartir y comentar, que se haya realizado en el material audiovisual que fue difundido en la fan Page, en simultáneo con la transmisión radial del contenido intercultural. La evaluación se realizó durante el período de difusión de las cápsulas interculturales en la estación radial escogida. Este período ha sido aproximadamente de 15 días.

La plataforma escogida fue Facebook, que tiene la opción de revisar con datos estadísticos diariamente, semanalmente y mensualmente cuántos usuarios vistan la página, qué publicación fue la más compartida, el número de likes, reacciones, comentarios y compartidos que se dan por cada nueva publicación, en este caso elegimos una muestra de 144 personas que fueron los posibles usuarios que observaron la publicación, con un intervalo de confianza del 99% y un error muestral del 5%, entre una población de 183.264 personas que fueron el número de seguidores que tuvo la fan Page La Voz del Tomebamba en Facebook, para basarnos en una media aproximada de usuarios que navegaban por la plataforma y probablemente podían ver las publicaciones de los programas interculturales, aunque se especuló que no siempre los que vayan a interactuar en la publicación fueran necesariamente seguidores por la facilidad de difusión de contenido en Facebook.

2.2 Referente escogido

Se siguió la línea gráfica y contenido del trabajo de tesis de la Lcda. Andrea Mejía (2018) quién creó “Rescate Cultural”.

Se mantuvo el mismo formato de contenido, los videos tendrán una introducción, seguida de una cortinilla que plasma las costumbres de nuestra cultura y se cerrará con un fragmento de la cortinilla para reforzar la recordación de Rescate Cultural.

Las cápsulas audiovisuales tienen un cambio en cuanto al formato inicial de Rescate Cultural en la duración, ahora será de tres minutos aproximadamente con cortinilla, ya que este material es para redes sociales.

Para escoger como referente el formato de los videos de la Lcda. Andrea Mejía, se realizó un análisis de diferentes referentes (anexo 1). Siendo el mejor y más completo “Rescate Cultural”

2.3 Cronograma y actividades

Se realizó un esquema de actividades el cual nos ayudará a manejar mejor los tiempos y organizar el trabajo de grabación.

APLICACIÓN DE LOS PROGRAMAS INTERCULTURALES RADIALES REALIZADOS POR LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY A PRODUCTOS AUDIOVISUALES Y SU IMPACTO EN MEDIOS DIGITALES													
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S8	S9	S10	S11	S12	S13
Revisar el contenido radial intercultural que se transmite en la estación radial escogida y sobre esa base producir cápsulas audiovisuales	Reunión con personas de radio Tomebamba y radio UDA	X											
	Análisis de las producciones radiales y determinar las producciones que serán transformadas en material audiovisual		X	X									
	Investigar los temas para complementar			X									
	Realizar la preproducción a partir de la definición de un guion				X	X							
	Producir el contenido audiovisual					X	X	X					
Difundir las cápsulas de manera simultánea en la emisora seleccionada y en su Fanpage	Ser administradoras de la fan page								X				
	Programar la difusión de las cápsulas de acuerdo al horario									X			
Evaluar los resultados en términos de interacción en los seguidores de la Fanpage.	Revisar el nivel de interacción que actualmente tiene la fanpage de Radio Tomebamba									X			
	Revisar las estadísticas de las publicaciones									X	X		
	Realizar una escala comparativa entre las interacciones de antes y después de la publicación de cápsulas en la fan page										X	X	
	Reconocer los puntos que se deben pulir para una correcta difusión del contenido											X	X

2.4 Facebook como método de análisis

Presky (2011), citado por Esquivel y Rojas (2014), afirman que “los nativos digitales aprenden y piensan de manera diferente de quienes les enseñan, que son inmigrantes digitales. Además, los nativos digitales disfrutan del uso de recursos basados en internet en sus clases y desean utilizar la tecnología para aprender” (Esquivel & Rojas, 2014, pág. 1)

Es por esto que se utilizó la plataforma de Facebook como método de difusión y análisis del material audiovisual, ya que Gámez comenta que Facebook es la red social de mayor uso en la actualidad, siendo el mejor canal para llegar a nuestro público objetivo.

2.5 Modo de posteo del material audiovisual

Se realizó un cronograma de posteo, analizando los días de mayor alcance y horas. Tras un análisis en el cual se llegó a la conclusión que se debe postear los días martes y jueves, ya que aquí los seguidores de la página tienen más interactividad.

El horario de posteo debería ser a partir de las 09h00 pm hasta las 11h30, ya que en este transcurso de tiempo los seguidores de la página tienen mayor interactividad.

	HOJALATEROS DEL VADO	ELIECER CÁRDENAS	LAGUNA DE BUSA	MUSEO DE LAS CONCEPTAS
DÍA	16/10/2018	18/10/2018	22/11/2018	29/11/2018
HORA	10:30 P.M	11:30 P.M	09:00 P.M	09:30 P.M

2.6 Análisis de interactividad

Como se mencionó anteriormente, Facebook es la red con más alcance en la actualidad; esta plataforma, además de ser un gran instrumento para llegar a las masas, cuenta con una herramienta que permite a los administradores de cuentas saber las estadísticas de sus publicaciones en cuanto a visitas, alcance, interacciones, seguidores, etc.

Es por esto que se hizo uso de esta herramienta para obtener porcentajes del alcance del material audiovisual, y así se llegó a la conclusión de la efectividad del proyecto.

2.7 Estrategia utilizada

Se utilizó una estrategia basada en el análisis del alcance de la página de Facebook de Radio la Voz del Tomebamba, a partir de dicho análisis se llegó a la conclusión que se debe postear dos veces por semana en horarios donde el flujo de seguidores es mayor.

2.8 Presupuesto

El presente trabajo tendrá una inversión económica el cual se detalla a continuación con un costo total de \$1.940

Rubro-Denominación	Costo USD	Justificación
Equipo técnico (cámaras, grabadoras, micrófonos)	\$ 800	Producir el material audiovisual para publicar su contenido.
Equipo de producción (computadoras, programas de edición, costos de luz)	\$900	Editar el material audiovisual con criterios de secuencia y calidad de imagen.
Transporte	\$30	Llegar a destinos seleccionados para la grabación y la presentación del contenido a las emisoras
Costos de espacios de grabación	\$20	Permisos previos, derechos de admisión en espacios de grabación.
Recursos humanos (colaboradores, grupos focales)	\$100	Piqueos, agradecimientos, pagos simbólicos, incentivos para quienes vayan a colaborar en el proceso.
Entrega de material audiovisual a emisora	\$10	Se debe facilitar el material producido a la persona encargada de la emisora para que envíe al equipo que maneja la red social, para que pueda publicar el contenido en la fan page
Control y sondeo en redes sociales (tiempo, costos de luz, internet)	\$ 30	Como seguimiento al nivel de interacción generada en los internautas que se interesan por el contenido audiovisual.
Impresión de Tesis	\$50	Tres copias.
Total	1.940	

2.9 Pre- producción

A partir de la selección de cuatro cuñas interculturales que serán transformadas a material audiovisual, la transcripción y el análisis de la narrativa, se podrá realizar la grabación de cuatro lugares que representan la interculturalidad; gracias a una previa visita a cada locación por cubrir, tras analizar los guiones y realizar ediciones a la narrativa utilizada en las capsulas, se pudo plantear las tomas que se realizarán, así se resaltarán la belleza y atractivos de cada zona, pero sobre todo la interculturalidad que posee cada sitio.

Para conseguirlo es necesario realizar un cronograma de visitas que organice el proyecto, de igual manera tener clara la estructura del guion, plantear las tomas que se van a realizar y los planos que se utilizaran para capturar los mejores espacios de cada lugar, también se grabará la voz en off que explicará con claridad cada vídeo.

Se seleccionó cuatro temas que abordan temas interculturales de vital importancia, cada tema esta dentro de un concepto que se trata de rescatar, el mismo que se muestra en la cortinilla de cada video.

El Museo de las Conceptas como tradiciones, La Laguna de Busa en atractivos turísticos, Eliecer Cárdenas Riqueza Cultural y Hojalateros del Vado emprendimiento.

Programas escogidos	Estudiante autor de la capsula intercultural
<ul style="list-style-type: none">• Laguna de Busa	<ul style="list-style-type: none">• Belén Bolaños
<ul style="list-style-type: none">• Eliecer Cárdenas	<ul style="list-style-type: none">• Ylenia Pérgola
<ul style="list-style-type: none">• Museo de las Conceptas	<ul style="list-style-type: none">• Daniela Tenecora
<ul style="list-style-type: none">• Hojalateros del Vado	<ul style="list-style-type: none">• Francisco Domínguez

2.9.1 Laguna de Busa

La Laguna de Busa está ubicada en el cantón San Fernando en la provincia del Azuay, se encuentra a 55 km al suroeste de Cuenca.

Este lugar ofrece a propios y visitantes varias actividades para realizar en el transcurso de su visita como pesca, cabalgata, paseo en bote, pero sobre todo posee un lugar muy agradable para acampar, los turistas puedes llevar sus implementos para el

camping o pueden hospedarse en cabañas ubicadas en el bosque que rodea este lugar; el imponente Cerro San Pablo también es otro de los atractivos que los visitantes pueden disfrutar.

También las personas que visitan la Laguna de Busa pueden deleitarse de una deliciosa gastronomía que ofrece el restaurante propio del lugar, platos que están al alcance de todos y muy deliciosos, trucha, carnes, etc.

• • • LAGUNA DE BUSA • • •

Texto	Imagen/ FX	Tiempo	Audio
¿Les gusta la excursión? Demos una vuelta por nuestro Rescate Cultural, hoy en la laguna de Busa, una reserva natural y un lugar turístico ubicado en la provincia del Azuay. Acompáñanos.	Plano general: parques naturales de la Sierra	20 sg	Voz en off Música
CABECERA DEL SEGMENTO	Animación	10 Sg	Música cabecera
En medio de árboles y rodeada del Cerro San Pablo, la Laguna de Busa es un paraíso natural ubicado en San Fernando, a media hora del pueblo de Girón, un lugar donde se pueden realizar varias actividades como: Un paseo en bote, caminatas, acampadas en medio de la maravillosa naturaleza	Plano general: locación Laguna De Busa Mapa de ubicación Plano detalle: caminata, fogata Plano medio: persona remando	10 sg	Voz en off Música
Y disfrutar con la familia de esta joya turística en donde la naturaleza hizo un gran trabajo	Plano general: familia en picnic	15 sg	Voz en off Música
La laguna de Busa tiene 2 hectáreas de vegetación, podemos disfrutar de su espléndida flora que se destaca en el sector	Plano general: panorama del cerro Primer plano: aves, plantas exóticas Plano medio: árboles	10 sg	Voz en off Música
En cuanto a la fauna se puede observar patos disfrutando del agua de la laguna. También se pueden observar llamas y caballos.	Plano medio: patos nadando, llamas con cuidadores o comiendo pasto		Voz en off Música
En la laguna de Busa, la pesca es un deporte que no pasa desapercibido, se pueden pescar 3 especies de trucha.	Plano medio: personas pescando Plano detalle: truchas	5 sg	Voz en off Música
Respeto y admiración a la naturaleza representa la laguna de Busa para todo aquel que la visita.	Plano general: collage de tomas del lugar	7 sg	Voz en off Música
ENTREVISTA A TURISTA	Plano medio: turista tocando el charango.	27 sg	Voz entrevistado Música
Es un espacio donde podemos compartir un momento agradable junto a la familia o amigos. Visítala, y atrévete a conocer un lugar ideal para descansar y entretenerse al aire libre. Nos vemos en la próxima edición.	Plano general: imágenes turísticas	30 sg	Voz en off Música
FINAL CABECERA	Animación	5 sg	Música cabecera

2.9.2 Eliecer Cárdenas

Eliécer Cárdenas Espinoza es un famoso escritor ecuatoriano que nació en la ciudad de Cañar en 1950, radicado a vivir con su familia en la ciudad de Cuenca. Desde niño, ya en la escuela, se interesó por la literatura y la poesía, posteriormente en su adolescencia comenzó a plasmar sus ideales izquierdistas, luchando por el libre acceso a la universidad. En toda su vida, se dedicó a la dramaturgia, el periodismo y la narración, donde los principales contenidos de sus obras son acerca de la denuncia social y el indigenismo. Tiene un gusto por la generación de los decapitados y el existencialismo.

Su obra más famosa es Polvo y Ceniza, con la cual ganó el primer premio en la Casa de la Cultura. Fue la más vendida en el país y trata de una temática humanista, de lucha contra la marginalidad. Otras obras narrativas publicadas son “El Ejercicio”, “Diario de un idólatra”, “Los Diamantes y los hombres de provecho” etcétera.

ELIECER CÁRDENAS

Texto	Imagen/ fx	Tiempo	Audio
¿Qué tal si dejamos de pensar en tareas pesadas y nos tomamos el tiempo para descubrir nuevas historias? Vamos por nuestro Rescate Cultural.	Plano general: persona leyendo un libro	9 seg.	Voz en off
CABECERA SEGMENTO		10 seg.	
A todos nos gustan los libros, como a Eliécer Cárdenas, el famoso escritor de Cañar que vive en Cuenca, autor de varios libros entre ellos El Ejercicio	Plano detalle: Persona leyendo "El Ejercicio" Primer plano: toma de varios libros de Eliécer	10 seg.	Voz en off Música
Eliécer nació en 1950. Durante su vida se ha dedicado a la dramaturgia, periodismo y la narración.	Plano detalle: fotografías en mano, recopilación de libros y periódicos	8 seg.	Voz en off Música
(Entrevista Eliécer Cárdenas)	Plano medio: Entrevistado Plano medio: recuerdos antiguos, libros, escritos	25 seg.	Entrevista
Desde pequeño amó tanto las letras que las plasmaba desde la escuela. Luego de adolescente comenzó a plasmar sus ideas izquierdistas luchando por el libre acceso a la universidad. Justamente su literatura plasma la denuncia social, el indigenismo, le gusta la generación de los decapitados y el existencialismo. Dejemos que una lectora aficionada nos cuente su opinión al respecto.	Plano general: Familia de Eliécer Cárdenas revisando fotografías Plano detalle: diplomas, fotografías, libros, recortes periodísticos Plano general: lectora	27 seg.	Entrevista
(Entrevista lectora)	Plano medio: testimonio	15 seg.	Entrevista
De hecho, su obra más famosa es "Polvo y ceniza", con la cual ganó el primer premio en la Casa de la Cultura.	Plano medio: Eliécer indicando el libro "Polvo y cenizas" Plano detalle: diplomas	10 seg.	Voz en off Música
(Entrevista Eliecer)	Plano medio: testimonio Plano general: Eliecer y su familia	35 seg.	Entrevista
No hay que dejar de leer los libros, una vez que los empiezas, nos lleva la intriga de saber qué nos cuenta la próxima página. Nos vemos en una próxima edición.	Plano general: persona leyendo un libro. Plano detalle: libro y lentes	15 seg.	Voz en off Música
FINAL CABECERA	Animación	5 seg.	Música cabecera



2.9.3 Museo de las Conceptas

En la ciudad de Cuenca se encuentra ubicado el Museo de las Conceptas en las calles Hermano Miguel y Juan Jaramillo. Se divide en tres partes: iglesia, monasterio y museo turístico.

Este lugar fue fundado en 1599 por doncellas descendientes de conquistadores que estaban dispuestas a vivir en castidad, claustro y devoción a Jesucristo. La señora Leonor Ordoñez donó su morada para que ahí se estableciera el Museo de las Conceptas, además entregó a sus tres hijas para que fueran las primeras monjas enclaustradas en Cuenca.

El Monasterio de las Conceptas cuenta con un museo que plasma la historia del lugar y de la religión en la ciudad de Cuenca. Dentro de él se encuentran esculturas, prendas, accesorios de la vida cotidiana de las religiosas, inmuebles y demás enseres que se encuentran en el establecimiento desde hace siglos atrás.

La construcción del complejo religioso tiene varias épocas de construcción que se dieron entre el siglo XVII y XVIII, donde se incluyó la sala de Profundis y el refectorio. En 1682 se dio paso a la construcción de su iglesia que da a las calles Presidente Córdova y Borrero, demorándose en la construcción, un total de 4 años.

En el área del actual museo hubo dos épocas de construcción: en la primera época se construyó la planta baja, en 1875; luego en 1927, se procedió a construir la planta alta. Es un lugar donde contiene riquezas patrimoniales a lo largo del tiempo, donde es visitado varias veces al año por turistas nacionales y extranjeros.

• • • MUSEO DE LAS CONCEPTAS • • •

Texto	Imágenes/tx/ transiciones	Fondo	Tiempo
El día de hoy en Rescate Cultural conoceremos el Museo de las Conceptas ubicado en la ciudad de Cuenca. Aquí podrás conocer la vida y costumbre de las madres religiosas, y cómo ha sido su diario vivir. Acompáñanos.	Planos generales: patio, salas por fuera. Catedral de Cuenca Plano medio corto: Persona entrando al museo Primerísimo primer plano: Puerta de ingreso.	Voz en off/ Música	13 seg
Cabecera del segmento	Animación	Música animación	10 seg
El Monasterio de las Conceptas está ubicado en las calles Hermano Miguel y Juan Jaramillo. Fue fundado en 1599 donde acudían doncellas descendientes de los conquistadores, dispuestas a convertirse en esposas de Jesucristo mediante votos de pobreza, castidad y silencio.	Planos generales: Calles, salas del museo, planta alta Primer plano: fotografías de religiosas	Voz en off/ Música	20 seg
La señora Leonor Ordoñez donó a la congregación su casa, considerada la mejor y más grande de la ciudad para que se fundara el convento.	Primerísimo primer plano: Cuadro de la historia Plano general: Salas. Entrada al cementerio.	Voz en off/ Música	12 seg
La construcción del complejo religioso se dio en diferentes épocas. Durante el siglo XVII y XVIII se levantaron varios tramos del monasterio, entre aquellos la sala de Profundis y el refectorio.	Plano general: Planta baja Primer plano: esculturas, cuadro de sala de profundis	Voz en off/ Música	16 seg
El 24 de junio de 1682 se dio inicio a la construcción de su iglesia que da frente a las calles Presidente Córdova y Borrero. La construcción demoró 4 años	Plano general: Salas, exterior monasterio, puerta del convento	Música	15 seg
El área del actual del museo tiene dos épocas de construcción: la primera, la planta baja, se construyó en 1875, luego la planta alta, en 1927	Plano general: Salas, exteriores e interiores del museo	Voz en off/ Música	15 seg
Debido a su riqueza histórica se ha convertido en un lugar propicio para ser visitado una y otra vez.	Planos generales: Paneo del lugar, salas y santos.	Voz en off/ Música	9 seg
ENTREVISTA	Plano medio corto: Entrevistado Plano medio: Entrevistado ingresando a las salas Plano general: Turista visitando el museo	Voz en off/ Música	17 seg
El Museo de las Conceptas, un lugar destinado para recorrer una línea de tiempo en la cultura de Cuenca. TE ESPERAMOS.	Plano medio: Esculturas	Voz en off/ Música	10 seg.
FINAL CABECERA	Animación	Cabecera	5 seg.



2.9.3 Hojalateros del Vado

El Vado es un sector patrimonial de la ciudad de Cuenca, donde en su calle principal, La Condamine, alberga una serie de talleres de hojalatería artesanal que pasaron por distintas generaciones.

Existen 3 hojalateros oficiales en toda la ciudad, puesto que el arte de la hojalatería es una tradición que está en vías de desaparecer. Algunos productos que estos artesanos producen son comederos y bebederos para pollos, baldes, jarros y algunos artículos decorativos de cobre y bronce como campanas, incensarios y floreros, en acero inoxidable elaboran cantarillas y en cobre alambiques, así como esculturas de colibríes y cincelados, entre otros.

Los productos artesanales elaborados son patrimonio de la ciudad y son atractivo para turistas, quienes adquieren las artesanías para decorar sus hogares.

HOJALATEROS DEL VADO

Texto	Imagen/ FX	Tiempo	Fondo
<p>Bienvenidos amigos una vez más a Rescate Cultural hoy iremos al sector del Vado en la ciudad de Cuenca.</p> <p>El vado es un lugar emblemático de la ciudad, por su belleza arquitectónica y porque aquí podrás encontrar uno de los artes más antiguos que representa a la ciudad, la hojalatería</p> <p>Acompáñanos a conocer la historia y detalles de este lugar.</p>	<p>Plano general: Subida del Vado</p> <p>Primer plano: entradas de hojalaterías</p>	10	Música Voz en off
CABECERA DEL SEGMENTO	ANIMACIÓN	10	MÚSICA CABECERA
<p>En el Vado podemos encontrar varios talleres de hojalatería artesanal. Esta labor de los artesanos existe desde hace mucho tiempo atrás, pero es un arte que está en vías de desaparecer, ya que, existen muy pocos hojalateros en la ciudad, se dice que existen solo 3 hojalateros completos.</p>	<p>Primer plano: letreros de negocios de hojalaterías</p> <p>Plano detalle: artesano elaborando un producto</p> <p>Plano general: artesano trabajando</p>	15	Música Voz en off
<p>Algunos productos que estos artesanos producen son lamparas, baldes, jarros y algunos artículos decorativos de cobre y bronce como campanas, incensarios y floreros.</p> <p>Elaboran cantarillas y en cobre alambiques, así como esculturas de colibríes y cincelados, entre otros.</p>	Plano detalle: varios productos de hojalatería	20	Música Voz en off
<p>Estos productos son patrimonio de la ciudad y son atractivo para propios y turistas, quienes adquieren las artesanías para decorar sus hogares. Escuchemos a uno de los hojalateros quién nos habla de su trabajo en el taller.</p>	<p>Plano general: entrada de talleres, vista interna con productos exhibidos</p> <p>Plano medio: turistas visitando el taller</p>	10	Música Voz en off
ENTREVISTA HOJALATERO	PLANO MEDIO: HOJALATERO	60	VOZ HOJALATERO MÚSICA
<p>Les invitamos a dar una visita a estos talleres patrimoniales que generaciones de hojalateros nos han dejado en la ciudad.</p>	Plano general: clientes entrando y saliendo de talleres, plano de la subida del vado	10	Música Voz en off
INVITACIÓN HOJALATERO	PLANO MEDIO HOJALATERO	20	VOZ HOJALATERO MÚSICA
<p>Nos vemos en una próxima ocasión.</p> <p>CABECERA DEL SEGMENTO</p>	ANIMACIÓN	10	MÚSICA CABECERA



• • • CAPÍTULO III • • •

3.1 PRODUCCIÓN

Tras haber realizado una previa visita a los lugares y la guionización que se realizó en base a dichas visitas, se procedió a realizar la filmación. Cada lugar que se escogió para ser cubierto es diferente y tiene sus características, es por eso que se los debe analizar de manera individual.

No obstante, como este proyecto buscaba dar a conocer la interculturalidad que el Ecuador posee, fueron de vital importancia la realización de tomas panorámicas, paneos y planos medios cortos de los cuatro lugares escogidos. Para poder captar de mejor manera y satisfacer las necesidades visuales, puesto que la mayoría de los lugares eran espacios abiertos las tomas que más se realizaron fueron planos generales y paneos, sin embargo, en los lugares que eran necesarios se realizó planos detalle como fue el caso de Los Hojalateros del Vado.

Los planos generales y paneos fueron de vital importancia para poder captar los paisajes que se visitaron, sin embargo, los planos detalle y planos medio largo fueron de vital importancia para que la producción tenga el dinamismo necesario. A continuación, se contarán los obstáculos y dificultades que se tuvieron al realizar la filmación de cada lugar y las decisiones tomadas para la pronta y optima solución de dichos inconvenientes.

3.1.1 Laguna de Busa

- El día que se acordó ir a filmar la Laguna de Busa, el clima no fue favorable, puesto que a las 17h00 la neblina cubrió todo el lugar.

Solución: Fue necesario realizar otra visita al lugar, para así poder realizar tomas apropiadas y con calidad.

- Una de las complicaciones que se tuvo fue al momento de realizar tomas generales en la laguna, ya que la superficie no era adecuada para el trípode.

Solución: Se transportó una superficie de madera que era colocada en el suelo para ahí colocar el trípode y que la toma saliera encuadrada.

- Para llegar a la Laguna en transporte público es un tiempo estimado de 1 hora con 30 minutos, al ser necesario el llevar implementos como la cámara, trípode, etc. Era importante la seguridad, al no tener ninguna de las integrantes automóvil propio, se tenía que ir al lugar en transporte público.

Solución: Se consiguió el apoyo del Sr. William Mora, que estuvo dispuesto a transportarnos al lugar las veces que fueran necesarias.

- Se llegó a la reserva natural a las 9 y media de la mañana para aprovechar la luz natural y que el cielo esté despejado. Para ingresar se pagó el valor de un dólar por persona. Apenas estacionado el automóvil, se procedió a preparar cámaras y trípodes, junto a 3 baterías cargadas de emergencia, puesto que la laguna de Busa es una reserva natural que no dispone de enchufes para cargar baterías.
- El recorrido y el tiempo de grabación fue de aproximadamente 4 horas, desde las 9h30 hasta las 13h00-13h30. Se aprovechó el 100% del parque turístico para obtener el mayor número de tomas posibles, entre ellas tomas de paisajes, fauna, flora, zona comercial, zona turística y las respectivas entrevistas. Fueron un total de 100 tomas, de las cuales se utilizaron fragmentos de cada una.
- Para poder realizar tomas de animales y la fauna de la laguna, utilizamos la cámara con el ángulo teleobjetivo, para evitar que los animales se espanten o salgan del encuadre. Para enfocar flores y plantas no hubo mayor atención.
- En cuanto a las entrevistas y la grabación de restaurantes, se pidieron los respectivos permisos a las personas encargadas, se grabaron a quiénes tuvieron disponibilidad inmediata y accesibilidad, incluyendo a los trabajadores del lugar.

3.1.2 Eliecer Cárdenas

- Una complicación que se dio el día que se grabó al escritor Eliecer Cárdenas, fue el clima, el día estaba nublado y no contábamos con la luz suficiente, ya que en el guion original se planeó las tomas al aire libre.

Solución: Se cambió el guion, y decidimos grabar en la casa del Sr. Eliecer Cárdenas, debido al clima.

- El guion de la producción incluía una entrevista de la esposa y nieta del Sr. Eliecer, sin embargo, el día que se planeó grabar, ellas no estaban presentes.

Solución: Se cambió el día de grabación, para que la esposa del Sr. Cárdenas, la Sra. Carmita Patiño, y su nieta pudieran estar presentes.

- El día acordado a grabar fue citado a las 10 de la mañana para aprovechar el tiempo y no interrumpir las ocupaciones del Sr. Cárdenas, quién era la persona en la que se basaba el programa.
- Se eligió la sala de visitas como locación para grabar las entrevistas al Sr. Cárdenas y su esposa. Se realizaron al menos 4 en total, y con diferentes perspectivas de ángulo para dinamizar la visualización. La demora comprendió un total de 25 minutos.
- En el comedor se colocaron encima una serie de libros y diplomas originales pertenecientes al escritor desde su juventud hasta la actualidad, ordenados en forma de collage para grabar tomas generales.
- Carmita Patiño, además de facilitar una entrevista dentro y fuera de casa, en el jardín, puso a disposición fotografías impresas de su esposo desde la época de su infancia hasta tiempos actuales, las mismas que plasmaban su vida profesional, política y social pasada y presente. Se realizaron las respectivas tomas.

- La grabación duró un total de 2 horas aproximadamente. Se aprovechó la luz artificial para el interior de la casa. Para las tomas exteriores del jardín, hubo luz natural, puesto que el clima estaba soleado antes del mediodía.

3.1.3 Museo de las Conceptas

- Las salas de exposición del Museo de las Conceptas son muy oscuras, no entra la luz necesaria para realizar tomas claras y de calidad.

Solución: Pedimos prestado las luces de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Azuay.

- El día que se acordó realizar la entrevista al guía del museo, no se encontraba en el lugar.

Solución: Fue necesario regresar al lugar para realizar la entrevista al guía.

- El día que se acordó para grabar los exteriores del museo no fue favorable debido al clima nublado y ligeramente lluvioso.

Solución: en el día acordado grabamos las salas interiores con la luz artificial y se ganó tiempo. Al día siguiente, se regresó al museo para grabar la parte exterior, el clima estuvo soleado.

- La entrada al museo no tuvo ningún costo, puesto que se contaba con un convenio estudiantil con los guías turísticos.
- Se realizaron en total más de 100 tomas, puesto que visitamos todas las salas que comprendían el museo de las Conceptas, incluyendo los jardines, pasillos y el cementerio. Se evitó el uso del flash para no degradar las esculturas antiguas.
- Para una mejor visualización, se aprovecharon diferentes tomas de fotografías de las religiosas, esculturas, utensilios expuestos del convento, de las diferentes épocas que comprendieron el mismo.

3.1.4 Hojalateros del Vado

- El primer acercamiento que se tuvo al Sr. Juan, hojalatero reconocido de El Vado, fue muy incómodo, ya que él nos comentó que había colaborado con algunas producciones, sin embargo, las personas encargadas de dichas producciones no habían cumplido con lo estimado para que él ayude en la grabación.

Solución: Le dimos a conocer al Sr. Juan, que este trabajo era oficial y serio, entablamos una relación de amistad, para que así él se diera cuenta que su apoyo sería de gran utilidad para la producción.

- Debido a que el taller, está a la calle al momento de grabar el sonido ambiente era muy notorio y fuerte en el video.

Solución: Se acopló el lugar y se utilizó un micrófono corbatero para que así la entrevista del Sr. Juan sea más notoria que el sonido de los autos, etc.

- El espacio del taller es muy reducido, por lo que no pudimos movilizarnos fácilmente para grabar en plano general

Solución: la gran variedad de artesanías y productos de cobre y bronce hizo que aprovechemos grabar en primer plano y plano detalle, para una mayor descripción del contenido.

- Se grabó a las 3 de la tarde, puesto que a esa hora el Sr. Hojalatero se encontraba libre para realizarle la entrevista. Durante la grabación aprovechamos una pequeña demostración que él nos hizo mientras trabajaba en fuego.
- El tiempo estimado de grabación duró aproximadamente una hora y media, por la facilidad de palabra del hojalatero y el espacio relativamente pequeño. Para variar las tomas, aprovechamos grabar en las afueras del taller, en la calle de La Condamine, en la subida y en la plazoleta. El tráfico en la zona es muy elevado, por lo que fue casi inevitable grabar los espacios descongestionados, sin embargo, los lugares se evidenciaron con claridad.

4.3 POST- PRODUCCIÓN

Al realizar la edición, se analizaron todas las tomas captadas los días de rodaje, luego se eligió las de mejor encuadre y claras; después se procedió a colocar la voz en off, cortinilla y música de fondo.

Las tomas que se utilizaron se complementaron con la voz en off, para reforzar el contenido, por otro lado, las tomas que no fueron extensas se utilizaron con la duración necesaria para que el video tenga dinamismo y no sea monótono; las tomas fueron intercaladas con paneos, planos generales, planos detalle y primerísimos planos, con el fin de evitar el cansancio visual del espectador.

En cada video se incluyó una entrevista que enriquece el video, puesto que los entrevistados dieron a conocer sus experiencias en cada lugar visitado; los videos siempre fueron acompañados con música de fondo para generar un ambiente en cada escena.

Al inicio y final de cada video se colocó una cortinilla que fue colaboración de la Lcda. Andrea Mejía, quien inicio el proyecto de Rescate Cultural, para que cada video se caracterice y sea reconocido por la cortinilla como parte del mismo programa.

Cada cápsula termina con una frase que invita e incentiva a visitar el lugar del cual se habló, esto complementado con planos detalles, planos generales y paneos del lugar, dando así por finalizada la producción intercultural.

• • • CAPÍTULO IV • • •

4.1 RESULTADOS DE POSTEOS EN LA PÁGINA DE LA VOZ DEL TOMBAMBA (ANEXO 2 y 3)

A continuación, se dará a conocer los resultados de las publicaciones del material audiovisual, utilizando las estadísticas que brinda la plataforma de Facebook; como se acordó los videos se postearon en la FanPage de la radio “La Voz del Tombamba”, el objetivo de la validación es conocer si las cápsulas interculturales radiales convertidas en video tendrán éxito en la red social Facebook.

4.1.1 Hojalateros del Vado:

El video de Hojalateros del Vado se posteo el 16 de octubre del 2018 a las 10:30 p.m.; se obtuvo un alcance de 31,903 personas, con 5.119 minutos reproducidos. Los 3 primeros segundos de video fueron reproducidos 11.998 veces el 43% de esas reproducciones con sonido activado, mientras que el 57% con sonido desactivado; en los primeros 10 segundos del video se obtuvo 4.818 reproducciones, el 52% con sonido activado y el 48% desactivado. La audiencia tuvo una retención de 83% seguidores de la página, mientras que el 17% de otros usuarios.

En cuanto a la interacción del público en el video incluyendo reacciones, comentarios y compartidos se obtuvo un total de 570.

El video logro las siguientes reacciones 339 me gusta provenientes todas de compartidos, 91 me encanta de igual manera en contenido compartido, 1 me divierte en contenido compartido.

Hojalateros del Vado obtuvo 31 comentarios todos positivos, 11 comentarios en la publicación y 20 comentarios en contenido compartido.

El video consiguio ser compartido 106 veces, siendo 105 provenientes de la página y una vez desde contenido compartido.

En relación con las estadísticas de género y edades, el público con mayor interacción son mujeres entre 25 a 34 años con un porcentaje del 55%, mientras que los hombres constituyen el 45% de este porcentaje.

Los tres lugares que tuvieron el porcentaje de mayor alcance fueron los siguientes: En primer lugar, la Provincia del Azuay con un 71,1%, seguido de New York con 12,2% y en tercer lugar New Jersey con un porcentaje del 2,81%.

4.1.2 Eliecer Cárdenas:

El 18 de octubre de 2018 a las 11 de la mañana, dos días después de publicar el video anterior, se procedió a subir el video referente a la vida de Eliécer Cárdenas.

A diferencia del video de “Los Hojalateros de El Vado”, éste tuvo una menor acogida (casi un 50 por ciento menos), con un total de 15.117 personas alcanzadas y 2.338 minutos reproducidos. Los 3 primeros segundos que comprende el video fueron reproducidos 6362 veces, la mayoría con sonido desactivado (52%), mientras que la mayoría tiene el sonido activado en los 10 primeros segundos reproducidos 2502 veces.

El video tuvo un tiempo promedio de reproducción de 10 segundos, de los 2:40 minutos que son completos, la mayoría del público que reprodujo el video son seguidores de la página.

En cuanto al nivel de interacción, una vez más el público mayoritario son mujeres entre 25 y 34 años, provenientes en su gran parte de la provincia del Azuay (74.8%), seguida por el área de Nueva York (6.84%) y Cañar (3.1%). El nivel de interacción es relativamente bajo en comparación con el video anterior, pues se compartió 46 veces, comentado una sola vez y con un total de 224 reacciones, en su mayoría like y “me encanta”. No hubo ninguna reacción de “me divierte”, “me enoja” y “me entristece”.

4.1.3 Laguna de Busa:

El material audiovisual de la Laguna de Busa se posteo el 22 de noviembre del 2018 a las 09:30 p.m.; se obtuvo un alcance de 62.086 personas, con un total de 13.872 minutos reproducidos. En los tres primeros segundos de video se logró 31.593 reproducciones el 49% de estas reproducciones con sonido activado, mientras que el 51% con sonido desactivado. En cuanto a los primeros 10 segundos de video se obtuvo 13.870 reproducciones con 59% de sonido activado y 41% sonido desactivado.

La audiencia en el video de la Laguna de Busa tuvo una retención del 73% proveniente de seguidores de la página mientras que el 24% de otros usuarios de esta red.

Referente a la interacción que se logró en el vídeo incluyendo comentarios, reacciones y compartidos, se obtuvo un total de 1.760, siendo 789 en contenido compartido.

El video de la Laguna de Busa fue el que mayor reacciones logró, con 1.081 “me gusta”, 423 adquiridas en la publicación y 658 adquiridas en el contenido compartido, en cuando a la reacción “me encanta” se obtuvo 195 en total siendo 69 en la publicación y 126 en contenido compartido, el video tuvo 4 me divierte 0 en la publicación y 4 en contenido compartido; en cuanto a la reacción me asombra tuvo un total de 9 siendo 8 reaccionadas en la publicación y una en contenido compartido.

Se obtuvo un total de 101 comentarios ninguno negativo, 24 en la publicación y 77 en contenido compartido.

En cuanto a los compartidos se logró 374 en total, 374 en la publicación de la página oficial y 0 en contenido compartido.

Los lugares con más alcance fueron los siguientes:

En primer lugar, está la Provincia del Azuay con un porcentaje del 74,8%, seguido de New York con 9,81% y en tercer lugar la Provincia del Cañar con 2,26%.

4.1.4 Museo de las Conceptas:

El último video que se socializó fue el del Museo de las Conceptas, publicado el 29 de noviembre del 2018 a las 9:30 p.m.

Se reprodujeron un total de 4.312 minutos. Dentro de los 3 primeros segundos hubo un número de 9486 reproducciones, la mayoría con sonido activado (52%). Por otro lado, dentro de los 10 primeros segundos se reprodujo el video 3883 veces, una cifra menor a la anterior, pero con un porcentaje más alto en reproducciones con sonido activado, en un (63%).

Con relación a la audiencia se alcanzaron a 23.292 personas, de las cuales 9.214 fueron espectadores únicos. Los seguidores de la página son la mayoría de la audiencia retenida en la publicación (93%)

El video logró un total de 280 reacciones y 55 compartidos. En primer plano se encuentran los “me gusta” con un total de 197, la mayoría dentro de la publicación, seguidos por “me encanta”, un total de 18, la mayoría provenientes de contenido compartido. El resto son 2 “me asombra” y un “me enoja”. La publicación recibió 7 comentarios, pero sólo uno dentro de la publicación oficial.

El tipo de audiencia que encabeza la publicación es, una vez más, el segmento femenino entre los 25 y 34 años, el 61% frente al público masculino que es el 39%.

El lugar de proveniencia mayoritario es, nuevamente, la provincia del Azuay (80.6%), seguida por el área de Nueva York (8.69%) y New Jersey (1,4%).

4.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de analizar varios parámetros como reproducciones, personas alcanzadas, interacciones, audiencia se llegó a la conclusión de que:

Las capsulas interculturales radiales convertidas en material audiovisual tienen aceptación en el público objetivo, ya que el material audiovisual fue creado para un target joven y la audiencia que mayor alcance tuvo fueron mujeres entre 25 a 34 años, por lo que se recomienda realizar un grupo focal con hombres jóvenes para conocer si les interesa el material y saber qué les llamaría más la atención.

El tiempo de reproducción de los videos no tuvo el resultado que esperábamos, la mayoría de espectadores no terminan de ver el video, es por esto que se recomienda realizar material más reducido, se puede crear un video, con una duración máxima de un minuto para la plataforma Facebook; el material audiovisual reducido debe ser novedoso y atractivo para los espectadores, debería ser como un promocional de un video completo que se encontraría, dependiendo el caso, en una plataforma dedicada a contener videos completos, como YouTube, plasmando todo los detalles para que la audiencia se interese por ver el video completo, el video largo puede tener una duración de 2 min o más dependiendo el tema que se esté cubriendo ; partiendo de esto, se puede crear una página propia de Rescate Cultural en la que se poste la versión larga de los videos, así las personas que se interesen pueden conocer más detalles de los lugares escogidos.

Una de las estadísticas que más nos sorprendió es que los espectadores miran el video sin sonido, esto se puede deber a que algunas personas miran el material en sus trabajos, reuniones o lugares transitados y no todos cuentan con audífonos en ese instante, es por esto que se recomienda colocar subtítulos en los videos, para que así, el público tenga la facilidad de ver el video y leer la narrativa.

La plataforma de la red social Facebook fue la mejor vía escogida para difundir el material audiovisual, ya que esta herramienta nos permite llegar a un gran número de personas, pero eso no es todo, ya que Facebook nos permite alcanzar a más espectadores. Ésto se debe gracias a las personas que comparten el video. Se pudo observar que los

seguidores de la página oficial compartían el video y a través de ellos se puede llegar a más personas y así el video se promociona en gran cantidad.

La página oficial de “La Voz del Tomebamba”, fue una gran vía para difundir los vídeos, ya que la página cuenta con 199.065 seguidores y tiene una gran acogida por parte de los mismos, es considerada como una página seria y que comparte contenido de calidad y veraz.

Referente a la realización del material audiovisual, se puede concluir que los temas interculturales llaman la atención de los espectadores, se interesan por conocer más acerca de las costumbres, lugares propios y tradiciones. Se recomienda analizar nuevas propuestas de video en la que se plasma de una manera más juvenil los atractivos, es decir, analizar videos dinámicos como se están utilizando actualmente en redes sociales.



BIBLIOGRAFÍA:

- Amador, J. C. (2013). Aprendizaje transmedia en la era de la convergencia cultural interactiva. *Educación y Ciudad*, 19.
- Asamblea Nacional. (2013). Ley Orgánica de comunicación. Quito, Ecuador.
- Ayala Mora, E. (2011). *Interculturalidad en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/380/File/Interculturalidad%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Banks, J., & Humphreys, S. (2008). The Labour of User co- creators. En *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* (págs. 401-418).
- Bauman, Z. (2001). Modernidade líquida. Sao Paulo: Jorge Zahar Editores.
- Chamizo, F. (2014). <https://www.youtube.com/watch?v=6eCjdo4jiNI>.
- comScore. (2012). *Latin America Leads as the Most Socially - Engaged Global Region with Users Spending 7.5 Hours on Social Networking Sites in April*. Obtenido de Chile: comShore. Inc.: http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2012/6/Latin_America_Leads_as_the_Most_SociallyEngaged_Global_Region
- Crowley, D. E. (1981). *Manual de grupos de aprendizaje radiofónico*. Quito: CIESPAL.
- Díaz Gandasegui, V. (2008). *(Un) real (un)realities: Exploring the confusion of*. Ph.D. thesis. Cardiff: University of Glamorgan.
- Díaz Gandaseguil, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma social* #6.
- Duart, J. M. (2009). *Internet, redes sociales y educación*. Obtenido de RUSC. Universities and Knowledge Society Journal: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011179001>> ISSN
- Escandon, P. (2017). Transmedia: convergencia social y participativa. *Revista PUCE* .
- Esquivel, I., & Rojas, C. (2014). Uso de Facebook en ámbitos educativos universitarios. *Dialnet*, 1-2.
- García, A. (2013). De la radio interactiva a laradio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio. *icono14*, 251-268.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura Transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.
- Larraín, J. (2013). *Modernidad en América Latina*. Obtenido de POLIS revista latinoamericana: <http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2013/01/130115.pdf>

- López Vidales, N., & Ortiz Sobrino, M. (2011). Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. *La democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
- Mc Anany, E. G. (1973). *Radio's Role in Development: Five Strategies of Use*. Stanford University.
- Moscoso, V. (2014). *Propuesta de una radio universitaria comunitaria en la Universidad del Azuay*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Política, Cultura y Arte*, 119, 57-62.
- Pacheco, G. (2017). *Proyecto comunicacional para concurso de adjudicación de frecuencia para Radio UDA*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Peñafiel, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *adComunica*, 163-182.
- PORRÚA G., M. (2009/2010). El impacto de las redes sociales. Tecnología y gestión. <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>. España: Revista Dintel. Número 4. Obtenido de Revista Dintel. Número 4. España.: <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>
- Ramos, F., García, A., Van Haandel, J., & Piñeiro, M. (2012). Radiomorfose em contexto transmedia. *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Renó, L. (2013). Narrativa Trasmmedia Y Mapas Interactivos: Periodismo. *Razón y Palabra*, 465-473 .
- SANTAMARÍA G., F. (2008). Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas. En *TELOS Cuadernos de comunicación e innovación* (pág. Número 76.).
- Valenzuela, R. (2013). *LAS REDES SOCIALES Y SU APLICACIÓN*. Obtenido de Revista Digital Universitaria: <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/index.html>
- Van Dijk, J., & Nieborg, G. (2009). *Wikinomics and Its Discontents: A Critical Analysis of Web 2.0 Business Manifestos*. New Media & Society.
- Vásquez-Herrero. (2017). Contribuciones del documental interactivo a la renovación de las narrativas periodísticas: realidades y desafíos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 397-414.

Anexo 1 - Referentes

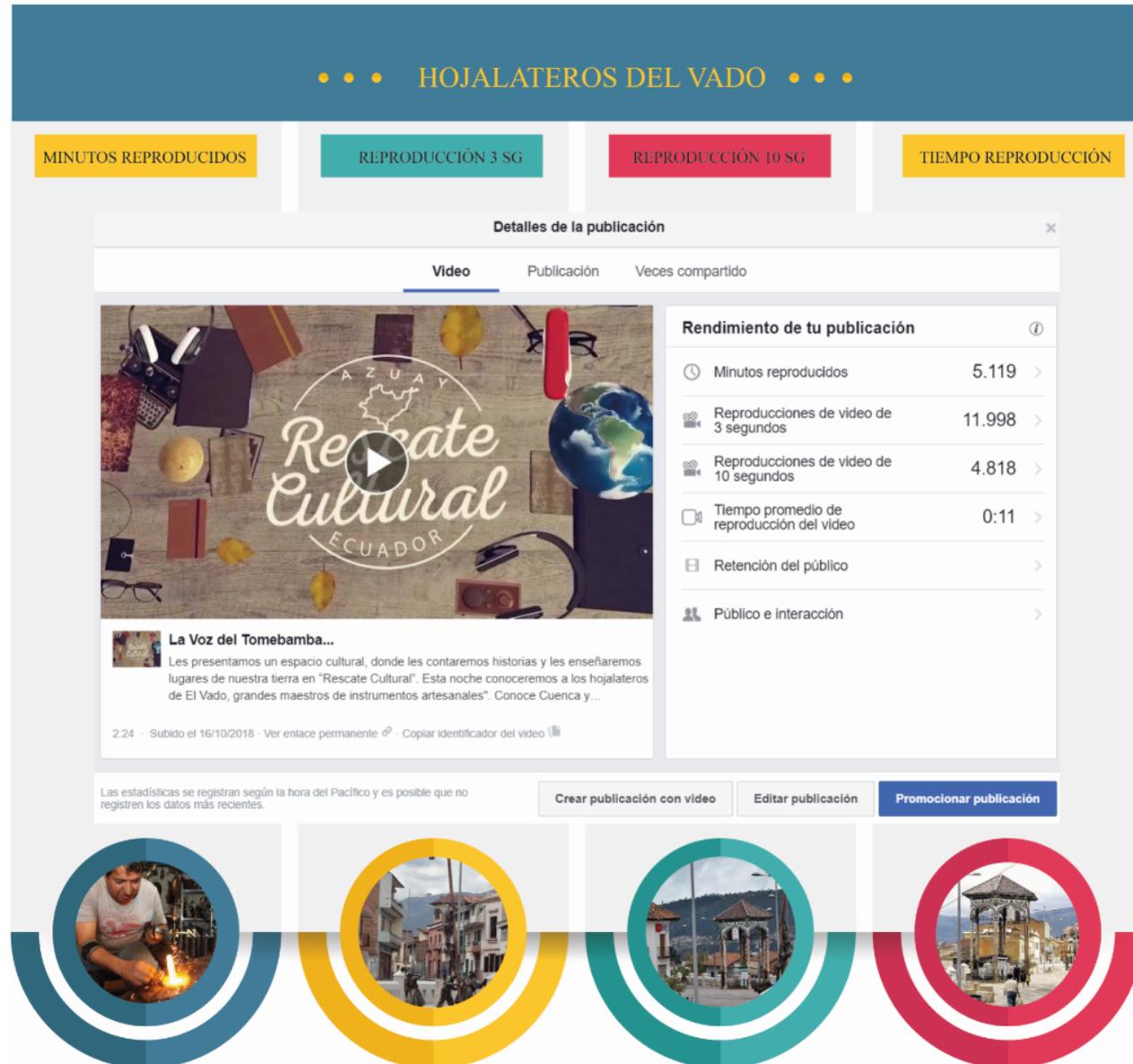
● ● ● Análisis Referencial ● ● ●					
Programa analizado	Ranti- Ranti	Ama la vida TV	El Diván	Ecuador del presente	YACHAYKUNA TV
Descripción del programa.	Es un programa ecuatoriano producido por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación.	Estos programas son realizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador, este programa es transmitido en televisión pública.	La serie el Diván es realizada por la CORDICOM del Ecuador, este programa solo se puede visualizar en medios digitales.	Este programa es hecho por EcuadorTV y transmitido por el mismo.	Yachaykuna son una serie de programas transmitidos en la plataforma YouTube, su descripción está en kichuwa al igual que el contenido del programa es kichuw/español.
Temas abarcados	Los temas que abarca Ranti-Ranti es de contenido intercultural como: -Inti Raymi. -Puruhaes. -Saraguros. -Montubios.	Los temas que tratan en este programa son: -Uzchurrumi. -Chimborazo. -Ambato. -Pelileo. -Salasaca.	Temas relacionados con la cultura y la apropiación de identidad: -Shungo. - “Ser y parecer”. -Lalá yave es nuestra casa. - “ARUTAM”. - “AYAMARCA”.	Ecuador del presente tiene programas acerca del crecimiento y avanece del Ecuador basándose también en la interculturalidad: -Educación intercultural. -Conservatorio Nacional. -Progreso del Ecuador en turismo. -Parque Samanes.	Los temas que se tratan en este programa son: -El valor de las Antaras de Huanta. - “El runa no solo habla runasimi sino piensa en runasimi”. - El parto en casa.
Tiempo	Los programas tienen un tiempo aproximado de 26:00- 26:50	El tiempo aproximado por programa es de 40:00 min, este tiempo está bien para televisión.	Tiempo aproximado de 24:00 – 28:00 min.	El tiempo aproximado de los videos es de 05:00 – 10:00	Tiempo aproximado de 03:00 – 08:00
Calidad del video	La calidad del video es muy buena, ya que las imágenes son claras, no se pixelan y muestran los detalles de las tomas muy claras.	La calidad del video no es mala, las animaciones que se fusionan con el video son un poco aburridas y no le dan el dinamismo esperado al video.	La calidad del video es muy buena, las animaciones que se utilizan enriquecen el video aquí si les da el dinamismo que se espera.	La calidad del video no es muy buena comparando con Ranti-Ranti o Diván, las animaciones que utilizan son muy antiguas no son innovadoras, saturan mucho la toma.	La calidad del video no es buena, la imagen esta borrosa, el audio está muy malo y los sonidos ambientes interrumpe las entrevistas, ya que un bebé está en el fondo llorando.
Tomas	Las tomas son precisas, ya que plasman todos los puntos que se deben mostrar en el video, los detalles de los lugares que se cubren en el programa.	Las imágenes que se muestran en estas tomas son muy buenas, se muestra claramente lo que dice la narración eso da un plus al video.	Las tomas que se utilizan para las entrevistas son muy buenas, las tomas detalles que se utilizan son muy bien logradas, se plasman colores, etnias, etc.	Las tomas que se utilizan son muy básicas, o tienen mucha continuidad en ocasiones el video se torna monótono.	Las tomas son muy forzadas, se nota el cambio de foco, ya que los movimientos son muy bruscos.
Opinión-contenido	Este es un programa con un contenido muy bueno, puede servirnos como referencia de tomas, calidad de video, el tiempo es muy largo, pero el contenido del video es excelente.	El contenido del video es bueno, sin embargo, no tiene nada que llame la atención de la persona que está observando, ya que muestra lo de siempre, es un tanto aburrido el video, puede ser por el presentador, pero no capta la atención del televidente, podemos tomar con referencia las tomas que se realizan y la fusión que tienen de tomas y animación, sin embargo, las animaciones deberían mejorarlas.	El Diván tiene temas muy interesantes y novedosos, algunos se han abordado, pero el Diván les da un toque muy interesante a estos temas en su video, como el tema de “Ser y parecer”, te introduce en el relato, estos videos nos pueden servir de referencia en los contenidos y en la narrativa de los videos.	Creo que este video nos puede servir como referencia de lo que no debemos hacer en cuanto a toma, ya que el video se torna muy aburrido, se utiliza animación, pero una muy antigua y nada novedosa.	Es un material muy rustico, parece un video de principiantes, este video nos sirvió para darnos cuenta de que debemos realizar un encuadre bien hecho, para revisar que la cámara este limpia y para revisar que el sonido ambiente este perfecto.
Link del video	https://www.youtube.com/watch?v=5u30ISUk3ag	https://www.youtube.com/watch?v=a-vq9ltQV1o	https://www.youtube.com/watch?v=SnW7KUP8gXY	https://www.youtube.com/watch?v=gfIM99jzhrq&t=190s	https://www.youtube.com/watch?v=zQrD2qtXjQ

Anexo 2 – Cuadro de resultados

ESTADÍSTICAS / ORGÁNICAS	HOJALATEROS DEL VADO	ELIECER CARDENAS	LAGUNA DE BUSA	MUSEO DE LAS CONCEPTAS	
FECHA DE PUBLICACIÓN	16/10/2018	18/10/2018	22/11/2018	29/11/2018	
HORA DE PUBLICACIÓN	10:30 p.m.	11:00 p.m.	9:30 p.m.	9:30 p.m.	
MINUTOS REPRODUCIDOS	5.119	2.338	13.872	4.312	
REPRODUCCIÓN DE VIDEO DE 3 SEG	11.998 -sonido activado 43% sonido desactivado 57%	6362 -sonido activado 48% -sonido desactivado 52%	31.593 -sonido activado 49% -sonido desactivado 51%	9486 -sonido activado 52% -sonido desactivado 48%	
REPRODUCCIÓN DE VIDEO DE 10 SEG	4.818 sonido activado 52% sonido desactivado 48%	2502 -sonido desactivado -sonido desactivado 46%	13.870 -sonido activado 59% -sonido desactivado 41%	3883 -sonido activado 63% -sonido desactivado 37%	
TIEMPO DE REPRODUCCIÓN DEL VIDEO	Duración del vídeo 2:24 promedio de reproducción 0:11	Duración del vídeo 2:40 Tiempo promedio de reproducción 0:10	Duración del vídeo 2:02 Tiempo promedio de reproducción 0:14	Duración del vídeo 2:11 Tiempo promedio de reproducción 0:13	
RETENCIÓN DE LA AUDIENCIA	Seguidores 83% Otros 17%	Seguidores 81% Otros 19%	Seguidores 73% Otros 27%	Seguidores 93% Otros 7%	
AUDIENCIA E INTERACCIÓN					
PERSONAS ALCANZADAS /ORGÁNICO	31.903	15.117	62.086	23.292	
ESPECTADORES ÚNICOS	11.064	6.162	28.204	9.214	
INTERACCIÓN CON LA PUBLICACIÓN /COMPARTIDOS,REACCIONES,COMENTARIOS	TOTAL 570 433 compartido	TOTAL 227 48 COMPARTIDO	TOTAL 1.760 789 compartido	TOTAL 280 55 compartido	
REACCIONES	Me gusta TOTAL 339 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 339	Me gusta TOTAL 134 EN PUBLICACIÓN 45 CONTENIDO COMPARTIDO 89	Me gusta TOTAL 1.081 EN PUBLICACIÓN 423 EN CONTENIDO COMPARTIDO 658	Me gusta TOTAL 197 EN PUBLICACIÓN 124 EN CONTENIDO COMPARTIDO 73	
	Me encanta TOTAL 91 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 91	Me encanta TOTAL 42 EN PUBLICACIÓN 11 EN CONTENIDO COMPARTIDO 31	Me encanta TOTAL 195 -EN PUBLICACIÓN 69 EN CONTENIDO COMPARTIDO 126	Me encanta TOTAL 18 -EN PUBLICACIÓN 6 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 12	
	Me entristece TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me entristece TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me entristece -TOTAL 0 EN PUBLICACIÓN 0 CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me entristece TOTAL 0 EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	
	Me enoja TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me enoja -TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me enoja -TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	Me enoja TOTAL 1 EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 0	
	Me divierte -TOTAL 1 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 1	Me divierte -TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 1	Me divierte -TOTAL 4 -EN PUBLICACIÓN 0 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 4	Me divierte -TOTAL 0 -EN PUBLICACIÓN 0 EN CONTENIDO COMPARTIDO 4	
	Me asombra -TOTAL 2 -EN PUBLICACIÓN 0 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 2	Me asombra -TOTAL 1 -EN PUBLICACIÓN 1 -EN CONTENIDO COMPARTIDO	Me asombra -TOTAL 2 -EN PUBLICACIÓN 0 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 2	Me asombra TOTAL 2 -EN PUBLICACIÓN 1 -EN CONTENIDO COMPARTIDO 1	
	COMENTARIOS POSITIVOS /NEGATIVOS	TOTAL 31 Comentarios en contenido compartido 20	TOTAL 1	TOTAL 101 Comentarios en contenido compartido 77	TOTAL 7 Comentarios en contenido compartido 6
	COMPARTIDOS	106 Compartidos	46 Compartidos	374 Compartidos	374 Compartidos
AUDIENCIA CON MAYOR INTERACCIÓN/ MUJERES-HOMBRES (EADAES)	HOMBRES 45% 55% MUJERES Mujeres de 25-34	MUJERES 55% DE 25-34 MUJERES	HOMBRES 49% MUJERES 51% Mujeres de 25-34	HOMBRES 39% MUJERES 61% Mujeres de 25-34	
UBICACIÓN MÁS ALCANZADA	Provincia del Azuay 71.1%	Provincia del Azuay 74,8%	Provincia del Azuay 74.8%	Provincia del Azuay 80,6%	
	New York 12.2% New Jersey 2.81%	New York 6,84% Cañar 3,1%	New York 9.81% Cañar 2.26%	New York 8,69% New Jersey 1,4 %	

Anexo 3 – Captura de pantalla estadísticas

HOJALATEROS DEL VADO



• • • HOJALATEROS DEL VADO • • •

PERSONAS ALCANZADAS

ESPECTADORES ÚNICOS

INTERACCIÓN

PÚBLICO PRINCIPAL

LUGAR PRINCIPAL

Detalles de la publicación

Video Publicación Veces compartido



La Voz del Tomebamba...

Les presentamos un espacio cultural, donde les contaremos historias y les enseñaremos lugares de nuestra tierra en "Rescate Cultural". Esta noche conoceremos a los hojalateros de El Vado, grandes maestros de instrumentos artesanales". Conoce Cuenca y ...

2:24 · Subido el 16/10/2018 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación

← Público e interacción

Personas alcanzadas	31.903
Espectadores únicos	11.064
Interacción con la publicación	570
Público principal	Mujeres, 25-34
Lugar principal	Azuay Province

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Editar publicación

Promocionar publicación



••• HOJALATEROS DEL VADO •••

RENDIMIENTO DE LA PUBLICACIÓN

Detalles de la publicación

Video Publicación Veces compartido



La Voz del Tomebamba...
Les presentamos un espacio cultural, donde les contaremos historias y les enseñaremos lugares de nuestra tierra en "Rescate Cultural". Esta noche conoceremos a los hojalateros de El Vado, grandes maestros de instrumentos artesanales. Conoce Cuenca y...

2:24 · Subido el 16/10/2018 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación

← Interacción con la publica... **570**

👍 **433** Total de reacciones - **433** en contenido compartido

👍	😄	❤️	😱	😞	😡
339	1	91	2	0	0

💬 **31** Total de comentarios - **20** en contenido compartido

➡️ **106** Total de veces compartido

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Editar publicación

Promocionar publicación



••• LAGUNA DE BUSA •••

MINUTOS REPRODUCIDOS

REPRODUCCIÓN 3 SG

REPRODUCCIÓN 10 SG

TIEMPO REPRODUCCIÓN

Detalles de la publicación ✕

Video
Publicación
Veces compartido



La Voz del Tomebamba...
 Hoy en Rescate Cultural visitaremos un lugar lleno de magia, iremos a la Laguna de Busa, ubicado en San Fernando, acompáñanos y conoce mucho más de este hermosos lugar. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Pergola

2:02 · Subido el 22/11/2018 · Ver enlace permanente [🔗](#) Copiar identificador del video [📄](#)

Rendimiento de tu publicación ℹ️

🕒 Minutos reproducidos	13.872 >
📺 Reproducciones de video de 3 segundos	31.593 >
📺 Reproducciones de video de 10 segundos	13.870 >
🕒 Tiempo promedio de reproducción del video	0:14 >
📅 Retención del público	>
👤 Público e Interacción	>

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video
Editar publicación
Promocionar publicación









•••
47

PERSONAS ALCANZADAS

ESPECTADORES ÚNICOS

INTERACCIÓN

PÚBLICO PRINCIPAL

LUGAR PRINCIPAL

Detalles de la publicación

Video Publicación Veces compartido



La Voz del Tomebamba...

Hoy en Rescate Cultural visitaremos un lugar lleno de magia, iremos a la Laguna de Busa, ubicado en San Fernando, acompáñanos y conoce mucho más de este hermosos lugar. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Pergola

2:02 · Subido el 22/11/2018 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación

← Público e interacción

Personas alcanzadas	62.086
Espectadores únicos	28.204
Interacción con la publicación	1.760
Público principal	Mujeres, 25-34
Lugar principal	Azuay Province

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Editar publicación

Promocionar publicación



LAGUNA DE BUSA

RENDIMIENTO DE LA PUBLICACIÓN



La Voz del Tomebamba...

Hoy en Rescate Cultural visitaremos un lugar lleno de magia, iremos a la Laguna de Busa, ubicado en San Fernando, acompáñanos y conoce mucho más de este hermosos lugar. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Pergola

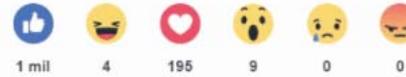
2:02 · Subido el 22/11/2018 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación



← Interacción con la publica... **1.760**

👍 **1.289** Total de reacciones - **789** en contenido compartido



💬 **101** Total de comentarios - **77** en contenido compartido

➡️ **374** Total de veces compartido

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Editar publicación

Promocionar publicación



BUSA



MINUTOS REPRODUCIDOS

REPRODUCCIÓN 3 SG

REPRODUCCIÓN 10 SG

TIEMPO REPRODUCCIÓN

Detalles del video



La Voz del Tomebamba...
 Hoy en Rescate Cultural conoceremos a un ilustre personaje en el mundo de la literatura, un reconocido amante de los libros, ganador de premios a nivel nacional, que vive en la ciudad de Cuenca desde muy joven: Eliécer Cárdenas Espinoza, acompáñanos y conoce

2:40 · Subido el 18/10/2018 · Propiedad · Aparece una vez · Copiar identificador del video

Rendimiento total del video

Minutos reproducidos	2.434
Reproducciones de video de 3 segundos	6.538
Reproducciones de video de 10 segundos	2.577
Tiempo promedio de reproducción del video	0:10
Retención del público	
Público e interacción	

Este video se usa en 1 publicación

Publicaciones	Fecha de publicación	Alcance	Reproducciones de video de 3 segundos	Reproducciones de video de 10 segundos	Reproducciones de video únicas de 3 segundos	Interacción con la publicación	Tiempo promedio de reproducción del video
La Voz del Tomebamba Hoy en Rescate Cultural conocere...	18/10/2018 23:35	15 mil	6,5 mil 100%	2,5 mil 100%	6,2 mil	227	0:10 / 2:40

Reproducciones de video totales de 3 segundos en Facebook: 6,5 mil

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear video en grupo

Crear publicación con video



• • • ELIECER CÁRDENAS • • •

PERSONAS ALCANZADAS

ESPECTADORES ÚNICOS

INTERACCIÓN

PÚBLICO PRINCIPAL

LUGAR PRINCIPAL

Video

Publicación

Veces compartido

Ver métricas de todos los videos



La Voz del Tomebamba...

Hoy en Rescate Cultural conoceremos a un ilustre personaje en el mundo de la literatura, un reconocido amante de los libros, ganador de premios a nivel nacional, que vive en la ciudad de Cuenca desde muy joven: Eliécer Cárdenas Espinoza, acompáñanos y cono...

2:40 · Subido el 18/10/2018 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación

← Público e interacción

Personas alcanzadas	15.117	>
Espectadores únicos	6.162	>
Interacción con la publicación	224	>
Público principal	Mujeres, 25-34	>
Lugar principal	Azuay Province	>

Portuguese (Brazil)

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Promocionar publicación



RENDIMIENTO DE LA PUBLICACIÓN

Detalles del video



La Voz del Tomebamba...
 Hoy en Rescate Cultural conoceremos a un ilustre personaje en el mundo de la literatura, un reconocido amante de los libros, ganador de premios a nivel nacional, que vive en la ciudad de Cuenca desde muy joven: Eliécer Cárdenas Espinoza, acompañanos y conoce

2:40 · Subido el 18/10/2018 · Propiedad · Aparece una vez · Copiar identificador del video

Rendimiento total del video

← Interacción con la publica... **224**

👍 **175** Total de reacciones - **119** en contenido compartido

👍 132
😂 0
❤️ 42
😱 1
😞 0
😡 0

💬 **2** Total de comentarios - **0** en contenido compartido

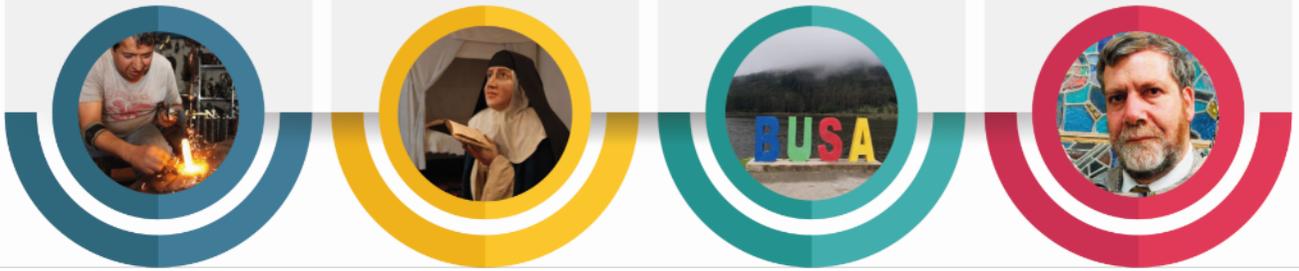
➦ **47** Total de veces compartido

Este video se usa en 1 publicación

Publicaciones	Fecha de publicación	Alcance	Reproducciones de video de 3 segundos	Reproducciones de video de 10 segundos	Reproducciones de video únicas de 3 segundos	Interacción con la publicación	Tiempo promedio de reproducción del video
La Voz del Tomebamba	18/10/2018	15 mil	6,3 mil	2,5 mil	6,1 mil	224	0:10 / 2:40

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video



• • • MUSEO DE LAS CONCEPTAS • • •

MINUTOS REPRODUCIDOS

REPRODUCCIÓN 3 SG

REPRODUCCIÓN 10 SG

TIEMPO REPRODUCCIÓN

Detalles del video



La Voz del Tomebamba...

Hoy en Rescate Cultural, vamos al pasado. Conoceremos el Museo de las Conceptas, ubicado en el centro histórico de Cuenca, no te pierdas de este lugar lleno de cultura y tradición. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Pérgola.

2:11 · Subido el 29/11/2018 · Propiedad · Aparece una vez · Copiar identificador del video

Rendimiento total del video

🕒 Minutos reproducidos	4.312 >
👤 Reproducciones de video de 3 segundos	9.486 >
👤 Reproducciones de video de 10 segundos	3.883 >
🕒 Tiempo promedio de reproducción del video	0:13 >
📄 Retención del público	>
👤 Público e Interacción	>

Este video se usa en 1 publicación

Publicaciones	Fecha de publicación	Alcance	Reproducciones de video de 3 segundos	Reproducciones de video de 10 segundos	Reproducciones de video únicas de 3 segundos	Interacción con la publicación	Tiempo promedio de reproducción del video
La Voz del Tomebamba	29/11/2018	23 mil	9,4 mil	3,8 mil	9,1 mil	280	0:13 / 2:11

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear video en grupo

Crear publicación con video



PERSONAS ALCANZADAS

ESPECTADORES ÚNICOS

INTERACCIÓN

PÚBLICO PRINCIPAL

LUGAR PRINCIPAL

Detalles de la publicación

Video Publicación Veces compartido



La Voz del Tombamba...

Hoy en Rescate Cultural, vamos al pasado. Conoceremos el Museo de las Conceptas, ubicado en el centro histórico de Cuenca, no te pierdas de este lugar lleno de cultura y tradición. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Párgola

2:11 Subido el 23/11/2018 Ver enlace permanente Copiar identificador del video

Rendimiento de tu publicación

← Público e interacción ▾

Personas alcanzadas	23.453
Espectadores unicos	9.297
Interacción con la publicación	285
Público principal	Mujeres, 25-34
Lugar principal	Azuay Province

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

Crear publicación con video

Editar publicación

Promocionar publicación



MUSEO DE LAS CONCEPTAS

RENDIMIENTO DE LA PUBLICACIÓN

Detalles del video
✕



La Voz del Tomebamba...
 Hoy en Rescate Cultural, vamos al pasado. Conoceremos el Museo de las Conceptas, ubicado en el centro histórico de Cuenca, no te pierdas de este lugar lleno de cultura y tradición. Realizado por Karolina Mora e Ylenia Pérgola.

2:11 · Subido el 29/11/2018 · Propiedad · Aparece una vez · Copiar identificador del video

Rendimiento total del video

← Interacción con la publica... **280**

👍 **218** Total de reacciones - **86** en contenido compartido

👍
197

😂
0

❤️
18

😱
2

😞
0

😡
1

💬 **7** Total de comentarios - **6** en contenido compartido

➦ **55** Total de veces compartido

Este video se usa en 1 publicación

Publicaciones	Fecha de publicación	Alcance	Reproducciones de video de 3 segundos	Reproducciones de video de 10 segundos	Reproducciones de video únicas de 3 segundos	Interacción con la publicación	Tiempo promedio de reproducción del video
La Voz del Tomebamba	29/11/2018	23 mil	9,4 mil	3,8 mil	9,1 mil	280	0:13 / 2:11

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no registren los datos más recientes.

📺 Crear video en grupo
📄 Crear publicación con video

