



Universidad del Azuay

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

Escuela de Comunicación Social y Publicidad

**Análisis y Reporte sobre la Experiencia y
Evolución de “El Poncho Magnético” como
Experimento Pedagógico de una Radio
Universitaria**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación
Social y Publicidad

Autora:

Itzel Pilco Diveni

Directora:

Caroline Ávila Nieto

Cuenca-Ecuador

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi amiga y socia Sofía Cardoso Landívar, porque juntas hemos construido esto, y hacemos con amor todos nuestros proyectos.

También dedico esta tesis a mis papás James y Raquel, y a mis hermanos Daniel, Enrique y Citlally porque han sido los testigos de esta trayectoria magnética, su apoyo e ideas han sido indispensables en esta historia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis docentes de la carrera de comunicación social, porque en sus aulas nació El Poncho Magnético, el cual evolucionó profesionalmente gracias a las herramientas y saberes que brindaron sus profesores, para convertirse en una propuesta de difusión cultural en la ciudad de Cuenca.

Resumen:

La radio universitaria es un medio de comunicación perteneciente a una institución académica. Es un medio alternativo, en el cual proyectos de los estudiantes son difundidos de forma comunitaria ofreciendo a la sociedad más información. Una de las características que representa la radio universitaria, es el contenido y los actores que intervienen en su programación.

En el marco pedagógico que engloba la radio universitaria, se mostrará evidencias de una experiencia satisfactoria que nace del resultado de un laboratorio radial en la universidad. Se demostrará un análisis de la trascendencia que ha tenido el programa radial “El Poncho Magnético”, como evidencia del impulso docente hacia los estudiantes, para generar nuevos espacios de comunicación que integren nuevos públicos, resaltando características que definen y hacen peculiar la creación de contenido.

Abstract

ABSTRACT

University radio is a means of communication that belongs to an academic institution. It is an alternative medium where students' projects are disseminated in a community way to offer society more information. One of the characteristics that university radio represents is the content and the actors involved in its programming. In the pedagogical framework that encompasses university radio, there was evidence of a satisfactory experience that stemmed from the result of a radio laboratory at the university. An analysis of the transcendence of the radio program "El Poncho Magnético" has been carried out as evidence of the teaching impulse towards students to generate new communication spaces that integrate new audiences, highlighting characteristics that define and make content creation peculiar.

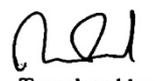
Itzel Pilco Diveni

Author


Madel Nitege
UNIVERSIDAD DEL
AZTLÁN
Dpto. Idiomas

Caroline Ávila Nieto

Thesis Director


Translated by
Ing. Paúl Arpi

Índice de contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Resumen:	iv
Abstract	v
CAPÍTULO I	1
1. Estado del Arte y Marco Teórico	1
1.1 La Radio Universitaria:	1
1.2 Radio Universitaria y la Experimentación Estudiantil.....	2
1.2.1 Experimentación radial	2
1.2.2 Programas de Radio	3
1.2.3 Radio por Internet.....	4
1.2.4 Jóvenes y Consumo Cultural.....	5
1.2.5 Radio Uda	6
1.2.6 El Poncho Magnético.....	7
CAPÍTULO II	9
2. Metodología	9
2.1 Muestra	9
2.3 Instrumentos	10
2.4 Fuentes y Técnicas de Investigación.....	10
2.3 Unidad de Análisis.....	10
2.4 Categorías de estudio.....	11
CAPÍTULO III	13
3. Historia de El Poncho Magnético	13
3.1 De Radio Uda a “Lugares No Convencionales”	15
3.2 Análisis de publicaciones de El Poncho Magnético en la red social Facebook	16
3.3 Publicaciones, Live streaming, Fotos y Videos Destacados en Facebook de El Poncho Magnético.....	20
3.3.2 Periodo enero – diciembre 2017	21
3.3.3 Periodo enero – diciembre, año 2018.....	23
3.3.4 Periodo enero – septiembre 2019	25
3.5 Análisis de las Jornadas Magnéticas en los últimos tres años	33
3.5.1 Jornadas Magnéticas Año 2017	33
3.5.2 Jornadas Magnéticas Año 2018	34

3.5.3 Jornadas Magnéticas Año 2019	36
CAPÍTULO IV.....	37
4. Resultados de Análisis de Publicaciones en Facebook	37
4.1 Análisis y Discusión de Grupos Focales	38
CAPÍTULO V.....	42
5. Conclusiones y Recomendaciones.....	42
5.1 Conclusiones	42
BIBLIOGRAFÍA	45
ANEXOS.....	47
Anexo 1	47
Preguntas para grupos focales	47
Anexo 2	49
Resultados discusión de grupos focales	49

CAPÍTULO I

1. Estado del Arte y Marco Teórico

1.1 La radio universitaria:

Al no ser un medio comercial, en la mayoría de casos de América, su financiación viene de la propia universidad; por lo tanto, su organización interna, su personal y forma de trabajo no siempre tiene las características de una emisora convencional. La radio universitaria es un medio institucional que ofrece un servicio público a través de contenidos especializados y diversos (Vásquez, 2015).

La radio universitaria debe plantearse como un medio de comunicación comunitario porque la universidad como centro de creación de cultura y ciencia trasciende el espacio académico y colabora con la sociedad mediante la transferencia de sus saberes (Moscoso, Avila, 2017). De esta forma la radio se convierte en una plataforma democrática de comunicación para todos los públicos externos y relacionados con los estudiantes universitarios. Las radios universitarias cumplen la función de vincular a la comunidad universitaria con el resto de la población, es decir, abarca el espacio de lo institucional y de lo masivo (Castillo, 2004).

La labor principal de una radio universitaria es la difusión de saberes hacia la sociedad y reflejar en sus contenidos los objetivos que como sistema educativo sigue de acuerdo con su estatuto y reglamentos. Los medios de comunicación en las universidades, deberían considerarse como objetos principales de estrategias de extensión universitaria, y emitir contenidos de acuerdo con las necesidades e intereses de las personas que forman la comunidad de los radioescuchas (Vásquez, 2015).

El trabajo de una radio universitaria es el reflejo de la institución de cual depende. En los tiempos contemporáneos se impulsa la transformación a las maneras de comunicarse, a hacer cosas distintas y no tan tradicionales. El apoyo de la institución hacia su propia radio es significativo, a ellos suma la exigencia de calidad en su producción y en la programación (Vigil, 2015).

Depende de la misma comunidad universitaria, resaltar el ámbito comunicacional a través de un espacio mediático. Un aspecto importante es cumplir el método de enseñanza-aprendizaje y cumplir con la retroalimentación intelectual. Aceptar y ofrecer ofertas de propuestas culturales, científicas y tecnológicas de la propia comunidad de estudios y a la sociedad en general (Castillo, 2004).

1.2 Radio universitaria y la experimentación estudiantil

1.2.1 Experimentación radial

La idea de utilizar los medios de comunicación como espacios de aprendizaje y práctica estudiantil, ha sido valorada con crítica y preocupación ya que su origen se basa en la formación de un profesional de la comunicación. Estos espacios de interacción se conciben como lugares de integración entre los estudiantes, en los cuales abordan la disciplina que le da origen (las Ciencias de la Comunicación) como las demás disciplinas de la misma área académica (Rivera, 2012).

Se considera que la radio estudiantil típica no tiene propósitos comerciales, y las funciones de la emisora podrían ser: proveer un entorno con estándares de la industria en el que los y las estudiantes puedan aprender múltiples facetas del negocio de la radio difusión.

También debe ser importante considerar el funcionamiento de la estación como un espacio de práctica en el que las actividades cotidianas incluyen aspectos como toma de decisiones, resolución de conflictos, asertividad, confianza y otras habilidades afectivas de comunicación (Rivera, 2012). De acuerdo a esta visión, la emisora ofrece una forma más involucrada e integrada de aprendizaje experimental.

En la radio universitaria, los estudiantes se involucran con ella motivados por el deseo de aprender, compartir conocimiento y experiencias. Si de cierta forma está vinculada con un curso de docencia directa, son los mismos alumnos quienes le dan vida a la radio. En la mayoría de los casos la parilla de programación es creada por los mismos estudiantes, generando diversidad de programas radiales para los radio escuchas.

De igual manera, los estudiantes participan de ella sin que exista de por medio un salario mínimo o beca universitaria. Es decir, participa quien realmente quiere aprender y compartir lo aprendido en las aulas de clase. Por lo general, cada cuatrimestre se abre una convocatoria pública para participar en el proyecto de radio universitaria. Esta iniciativa genera que la experiencia hacia el estudiante sea mucho más satisfactoria ya que el único requisito es ofrecer un programa radial el cual contenga intereses comunes entre los alumnos.

Las actividades principales se enfocan en la producción radiofónica estudiantil, también se promueve un sitio web en redes sociales sobre el programa que se vaya a difundir en la emisora. Cada actividad es realizada por un equipo de estudiantes, distribuidos según intereses académicos. La tendencia al trabajo en red está pisando fuerte en el ámbito universitario español y latinoamericano. Desde hace más de una década, vienen conformándose grupos de trabajo integrados por regiones que reúnen a distintas universidades tanto para potenciar sus iniciativas individuales, como para revalorizar el trabajo conjunto y compartir su caudal educativo, científico y cultural (Casajaús, 2014).

1.2.2 Programas de radio

Con respecto a la radio, los géneros radiofónicos representan unos rasgos constructivos que dan estructura formal a los contenidos del discurso (Martínez & Herrera, 2004). Es decir, son manifestaciones de las actitudes de los creadores del programa radial conforme a los gustos de sus oyentes. Ellos son los encargados de generar contenido conforme al género radiofónico que su programa radial posee, por ejemplo, si su planteamiento es de contenido deportivo, sus temas tratarán sobre noticias del deporte, fichajes, partidos y resultados, alineaciones de los jugadores, etc. De esta forma, cada género radiofónico, ya sea de contenido, cultural, noticioso, musical, etc., tendrá las características necesarias que harán que se distinga del resto de programas radiales.

La programación radial es realizada de acuerdo con el uso de los géneros radiofónicos, además, hace referencia a contenidos y mensajes que ofrece a la comunidad que escucha la radio. Los contenidos de una programación son elaborados conforme a un horario establecido, la competitividad de emisoras ha conducido al espionaje y ataque en los horarios de tal manera que se programan contenidos similares a las horas de máxima

audiencia para conseguir parte de la misma (Herrerros, 1999).

La audiencia es la referencia permanente de toda programación. El diseño de los contenidos son creados pensando en la audiencia como un servicio hacia la misma. Toda programación requiere una investigación de audiencias a fondo para conocer el número de seguidores de los programas y además, para detectar los cambios de gustos, intereses e incluso expectativas.

El condicionante de toda programación radica en los recursos para su realización, esto se refiere a equipos técnicos: cobertura y posicionamiento de la emisora, posesión de tecnología moderna, calidad y competitividad profesional, recursos económicos y especialidad en la producción de programas radiofónicos (Herrerros, 1999).

1.2.3 Radio por internet

La ciberradio forma parte del nuevo universo de los cibermedios, es decir, de los medios y servicios que se desarrollan en internet. Una de las características que resalta es que cada cibermedio ya no se queda con el papel de medio tradicional del que partió, sino que establece una relación entre el medio tradicional y la nueva modalidad que adquiere en la web. Es la radio tradicional la que encuentra en internet una vía para para ampliar su difusión en otros campos (Herrerros, 1999).

El uso creciente de esta plataforma, el aumento de las audiencias en la red y sus nuevos perfiles, fue planteando la necesidad de aportar en internet algo que fuera más allá de la información institucional o de la escucha en tiempo real de la programación vía streaming. De esta manera la radio comenzó a ofrecer en la red, un concepto de programación ajustados a horarios que responden a ritmos de la vida de los oyentes. El nuevo concepto de contenidos en internet se centra en consumos individuales (Narvárez & Martín Pena, 2012).

La ciberradio asume los elementos de internet como algo propio de sus contenidos, los modifica y los convierte en productos diferentes, en algunos casos con enlaces e interactividad y en otras ocasiones mediante diversas fragmentaciones para que los usuarios accedan a ellas de manera aislada. Existen cambios en el seguimiento y comparación de la radio tradicional y la radio por internet. En la radio tradicional se ubica

a la comunicación en masas o de recepción por miles de oyentes. La ciberradio da la opción de acceso individualizado y en tiempos diferentes. El resultado que genera es que fomenta las relaciones entre usuarios y establece interactividad en la comunidad virtual (Herrerros, 1999).

Con la radio por internet emergen innovaciones técnico comunicativas, ya no se trata únicamente de la recepción sonora sino que también acoge a todos los medios de comunicación anteriores: escritos, auditivos, y audiovisuales. Estos componentes se integran y se incorporan como elementos propios. La participación de la radio en este escenario transmedia le está obligando a actualizar toda su capacidad de relato, la radio vive actualmente una transformación motivada por el auge de las nuevas tecnologías, nuevos hábitos y nuevos perfiles de géneros radiofónicos (García, 2013).

1.2.4 Jóvenes y consumo cultural

La juventud demuestra cómo en cada sociedad se presenta ese momento del ciclo vital ubicado entre la infancia y la vida adulta. Así, las formas de juventud son cambiantes según sea su duración y consideración social.

Se considera que las culturas juveniles se caracterizan como prácticas de libertad en distintos ámbitos de la vida. Existen prácticas sociales donde se evidencia el comportamiento juvenil, frente a ciertos actos de interés por la persona que los esté presenciando. Lo interesante es ver las distintas formas de reacción ante ciertos temas, y cómo se forja una actitud permanente hacia esas representaciones (Chaparro, 2016).

Ante esta perspectiva, los jóvenes se han convertido en protagonistas importantes del momento histórico, ya que su accionar contribuye y cimienta las nuevas bases de participación social y cultural.

El consumo cultural de radio, televisión, internet, etc., en términos operativos, generalmente se entiende como acceso a bienes y servicios tales como libros, discos y audios, funciones de cine, conciertos, representaciones teatrales y danza, periódicos, revistas o revistas. Estos estudios se convierten en herramientas de vital importancia para rastrear y visualizar los usos y significados sociales que tienen para los jóvenes las nuevas formas de difusión en nuestra sociedad (Chaparro, 2016).

En América Latina se encuentran tres tipos de factores. En primer lugar, el agotamiento que se vincula a la percepción de que existe una tendencia a sobrevalorar la influencia de los productos de la industria cultural en las culturas populares. En segundo lugar, el reconocimiento de que existe un profundo desconocimiento sobre lo que ocurre del lado de los públicos. Y por último, la percepción de una política cultural que requiere superar ciertas formulaciones rígidas y vincular más a las orientaciones globales (Sunkel, 2006).

1.2.5 Radio uda

El “Programa radio universitaria, Universidad del Azuay” realizado por Hugo Guillermo Ríos, propone un proyecto de radio que sea un medio de comunicación para la Universidad del Azuay que le permita proyectarse a la sociedad cuencana, difundiendo educación y cultura a través de diversos programas (Moscoso, 2014).

En el 2009 nace la idea de crear una radio online para la Universidad del Azuay como un proyecto de la Federación de Estudiantes (UDAFE), en ese entonces precedida por Marcelo Aguilera, presidente de la Federación en el periodo 2009-2010 (Moscoso, 2014).

Cuando llegó la administración de José Chalco Salgado, se dio apertura a la radio dándole un nuevo concepto de comunicación, al mando de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social, mismos que se encargaron de crear una parrilla definida con el horario de los programas radiales. Se logró hacer que se invierta en equipos, en un sistema de comunicación, en discotecas musicales y un software de automatización todo para que la radio esté al aire las 24 horas del día. El objetivo de la implementación de la radio universitaria en ese momento fue facilitar un canal de comunicación interno para la institución. Radio Uda ha estado manejada a la cabeza de un director designado, quien está bajo la supervisión de los programas que se transmiten de forma on-line (Moscoso, 2014).

Actualmente, Radio Uda se mantiene gracias a los programas que realizan los estudiantes de la carrera, algunos de ellos nacieron en la cabina de radio y han trascendido a cabinas externas en otros radios de la ciudad. Otros programas por ejemplo, han evolucionado a ser algo más, gestores de eventos es una de las características

que podemos resaltar es un resultado “experimental” que se ha dado por parte de una radio universitaria

1.2.6 El Poncho Magnético

El Poncho Magnético, nace como un programa radial en las aulas de la Universidad del Azuay en el año 2016, en la materia de radio dictada por Jorge Piedra Cardoso. La esencia de este programa y lo que le caracteriza es la espontaneidad de sus conductoras, el guion que maneja el Poncho se basa en la valoración empírica de la música creada en Ecuador y la gestión de proyectos culturales.

En su programación propone enseñar a sus oyentes nuevos ritmos musicales a través de entrevistas dinámicas a los músicos que están en la cabina, incluso otras personas involucradas en el medio artístico son quienes buscan un soporte para difundir sus proyectos personales y transmitir mensajes de manera elocuente y distinta a través de la propuesta de El Poncho Magnético.

A través de dos segmentos establecidos en su programación, El Poncho Magnético se encarga de difundir información de interés común entre las personas que siguen el programa:

ECUA Poncho: en este segmento se habla sobre un artista o grupo musical ecuatoriano al cual se le hace una entrevista a lo largo de todo el programa de manera muy dinámica.

FUERA del Poncho: este segmento está dedicado a conocer la música que se produce fuera de Ecuador, con el fin de conocer distintos ritmos musicales que han influenciado en músicos ecuatorianos.

Tras dos años de trayectoria, el programa radial “El Poncho Magnético” ha tenido más de 30 bandas invitadas, entre los entrevistados también se encuentran a gestores

culturales, bailarines, poetas, cineastas y público en general que han formado parte de las entrevistas.

En los últimos meses de su gestión, la propuesta se ha encargado de utilizar las redes sociales como base principal para la difusión de su contenido. El live streaming a través de Facebook, es la herramienta y metodología que utiliza El Poncho Magnético para hacer que su contenido sea mucho más directo y personalizado hacia las personas que lo siguen.

A través de su gestión como programa de radio, El Poncho Magnético se ha encargado de realizar contactos e involucrarse de forma más profunda en la gestión de eventos de tipo cultural.

CAPÍTULO II

2. Metodología

En el capítulo anterior se ha reflexionado sobre la actividad radial y la inserción de la radio universitaria como un espacio pedagógico de experimentación. Uno de los casos que permiten estudiar este proceso es el programa Poncho Magnético, difundido a través de la radio universitaria de la Universidad del Azuay. En ese contexto, esta investigación busca presentar un reporte de la experiencia y evolución del “Poncho Magnético” como resultado del laboratorio de experimentación de Radio UDA.

Se planteó una metodología con enfoque cualitativo en un estudio de caso, que incluye la recopilación de información que sustente la existencia de El Poncho Magnético, y evidencie de qué forma este proyecto se vincula a las características del desarrollo cultural en la ciudad de Cuenca. Partiendo de la literatura revisada, se analizaron las publicaciones en redes sociales que El Poncho Magnético ha posteado y se distinguió las reacciones, comentarios e interacciones por parte de los seguidores de la propuesta a través de la realización de grupos focales.

2.1 Muestra

La población de la investigación, está constituida por un número de personas que han colaborado con la propuesta El Poncho Magnético. Esta colectividad de personas, organizaciones, empresas, ayudarán a la aportación de búsqueda de información con un enfoque cualitativo de calidad.

Los tres grupos focales fueron seleccionados en base a las actividades que realiza el Poncho, a lo largo de tres años se ha podido analizar cuál es el perfil de personas que frecuentan y se mantienen en sintonía con la propuesta.

- Músicos Artistas
- Gestores culturales
- Personas quienes siguen en redes sociales (Facebook e Instagram) al Poncho Magnético

2.3 Instrumentos

1. Tres grupos focales.
2. Fuentes secundarias: Programas radiales, publicaciones en redes sociales con contenido de El Poncho Magnético.

2.4 Fuentes y técnicas de investigación

Como se manifestó, se realizaron tres grupos focales con seguidores de la propuesta El Poncho Magnético. Las personas participantes fueron músicos, gestores culturales, artistas, y personas en general que de alguna forma han estado involucradas y han participado dentro del proyecto. De esta manera, se obtuvo información que permitió analizar la trayectoria e impacto del programa radial y proponer resultados que sirvan como recomendaciones hacia el Poncho Magnético, información para mejorar técnicas comunicativas hacia el público que se encuentra interesado o participa de alguna forma en la escena artística y cultural del entorno.

Adicional a los grupos focales, se realizó un análisis de publicaciones en la plataforma digital de Facebook debido a que esta red social es el principal escenario de creación y difusión del contenido que genera la propuesta.

2.3 Unidad de análisis

Al ser un estudio de caso, la unidad de análisis es el programa radial “El Poncho Magnético” como caso de estudio. Sin embargo, para poder estudiar al mismo en marco de su contexto, se estudiaron las diferentes publicaciones difundidas en la red social de Facebook de El Poncho Magnético. Al ser una propuesta transmedia, se definió las categorías de: Video, notas editoriales, fotos, eventos realizados, video streaming, Instagram y publicaciones generales. Al hacer esto, se puede definir con exactitud cómo el público interactúa con las distintas actividades que El Poncho Magnético maneja en las plataformas digitales. Se analizará el periodo de tiempo de tres años que tiene de existencia El Poncho Magnético, y se evaluarán cuáles fueron las publicaciones por categoría que han tenido más relevancia en cada temporada.

La finalidad es verificar cuáles son las preferencias que tienen los jóvenes al momento de consumir noticias culturales, saber cuáles son los temas más comunes que comentan en las publicaciones del Poncho Magnético y diagnosticar de que forma sería llamativo distinguirse entre los difusores culturales de Cuenca.

2.4 Categorías de estudio

Para la ejecución de los tres grupos focales se planteó un temario que incluyó cuatro categorías generales y algunas subcategorías que emergieron a partir del ejercicio. En el Anexo 1 se puede observar el temario aplicado y en el Anexo 2, un resumen de la transcripción de las reacciones de los participantes, clasificadas por las categorías identificadas. La Tabla 1.1 resume estas categorías.

Tabla 1.1

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA
Noticias Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido de noticias culturales que consumen los jóvenes • Plataformas digitales para consumir noticias • Factores para no consumir noticias culturales
Publicaciones y Contenido Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Comentarios sobre línea gráfica, promotores e influencers como factores para promocionar un evento de cualquier tipo
El Poncho Magnético	<ul style="list-style-type: none"> • Palabras que describen al Poncho Magnético • Cómo fue su involucramiento con El Poncho Magnético

	<ul style="list-style-type: none"> • Live streaming como medio para difundir noticias del Poncho Magnético
Jornadas Magnéticas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en las Jornadas Magnéticas
Categorías Emergentes	<ul style="list-style-type: none"> • Comentarios generales, observaciones hacia el Poncho Magnético • Medios por los cuales se enteraron de las actividades que realiza el Poncho • Forma de percibir noticias culturales y factores para recordar una marca cultural

CAPÍTULO III

3. Historia de El Poncho Magnético

Como parte de una tarea universitaria, en el año 2016 dos estudiantes forman El Poncho Magnético. El interés de integrar un equipo para hacer un programa radial fue principalmente porque ambas compartían gustos e intereses similares sobre música independiente ecuatoriana, al mismo tiempo, la gestión cultural y el turismo que esta actividad genera también era de los principales temas de asociación entre las dos estudiantes. De esta forma las integrantes del Poncho empezaron a darle forma al concepto del programa.

Dentro de la planificación docente de Jorge Piedra Cardoso, la realización de un programa radial con un entrevistado es parte de los primeros deberes dentro de la asignatura, para esto las creadoras del Poncho Magnético recurrieron a Sebastián Zurita, músico cuencano quien en ese año (2016) debutaba como solista en su proyecto “Zura”. La entrevista fue de modalidad pre-grabada ya que las actividades del Poncho dependían mucho de los horarios de sus invitados.

De esta forma nació el proyecto, tras la iniciativa de un docente universitario quien buscaba la interacción de sus estudiantes con la cabina de Radio Uda. Con trabajos y tareas precedidas por el profesor, El Poncho Magnético empezó a ganar experiencia en temas de locución radial, creación de programas de radio, entrevistas en vivo e incluso investigación y manejo de programas digitales y consolas radiales. Con el paso del tiempo y con distintos invitados a la cabina de Radio Uda al programa del Poncho, el proyecto empezó a formar renombre en la ciudad ya que no se trataba de un programa radial totalmente común.

Si bien es cierto que al comienzo de sus inicios como programa radiofónico, contaba con una estructura programada para la realización del mismo, El Poncho Magnético destacó por salirse de la linealidad de un programa común. Al inicio contaba con dos segmentos, “FUERA del Poncho” y “ECUA Poncho”, en el primer segmento se dedicaba

treinta minutos a conversar temas musicales y artísticos actuales fuera del país. Noticias de interés común entre los seguidores del Poncho, como por ejemplo: Noticias internacionales sobre festivales de música, últimos lanzamientos de discos, gira de conciertos de algunos artistas.

En el segmento “ECUA Poncho”, las creadoras del proyecto dedicaban otros treinta minutos a enfatizar el talento local y nacional del Ecuador. Al ser el patriotismo lo que caracteriza la modalidad del programa Poncho Magnético, en esta parte las locutoras prevenían tener un invitado a la cabina de Radio Uda, quien converse sobre sus proyectos o gestiones culturales relacionadas con el escenario artístico.

Sus creadoras buscaban cada vez ir más allá, con sus actividades y modalidad de entrevista que el programa maneja, lograron tener a invitados de renombre como por ejemplo artistas ecuatorianos con bandas conocidas a nivel de Sur América y Europa o directores de cultura en la ciudad de Cuenca. Lo que le hace realmente distintivo es la apertura que tiene el show en vivo hacia todas las personas que tienen una propuesta o iniciativa artística y quienes buscan un canal de difusión.

Tras el progreso que ha tenido El Poncho Magnético, el primer aniversario fue celebrado con la realización de una fiesta organizada por sus propias creadoras. El evento se llevó a cabo en un bar restaurant de la ciudad de Cuenca el cual está ubicado a la orilla del Río Tomebamba, el lugar seleccionado fue porque es un punto de encuentro para la escena cultural y para todas las personas que están asociadas con ella. El evento fue gratuito y tuvo un flujo de 200 personas, después del primer año cumplido, la propuesta y sus creadoras empezaron a tener contacto con personas importantes en el medio, directores de cine y ágoras de cultura, periodistas en medios tradicionales, contratos de agencias de publicidad, músicos nacionales. En este punto, El Poncho Magnético empezó a aceptar propuestas de colaboración para la organización de eventos, llamadas de asistencia a convocatorias de ruedas de prensa, invitaciones a cobertura de eventos, incluso el Poncho empezó a experimentar su faceta de Dj.

3.1 De Radio Uda a “Lugares No Convencionales”

Para mediados del año 2018 el Poncho dejó de tener continuidad en Radio Uda, esto fue debido a que una de sus integrantes egresó de la carrera y el horario en el cual se transmitía con normalidad el programa, era difícil de cumplir debido a que ambas integrantes contaban con otras responsabilidades. El Poncho Magnético tuvo que migrar, por decirlo de cierta forma, y realizar el programa en “Lugares No Convencionales”, nombre que las mismas creadoras le dieron al segmento fuera de la radio universitaria.

Lo interesante de este hecho fue que a pesar de las dificultades de no poder permanecer en la cabina, las integrantes del Poncho Magnético decidieron continuar con su modalidad de entrevista pero sin encontrarse con la dificultad de no tener el espacio físico. Las herramientas planteadas para esto iban por cuenta de las mismas fundadoras, por ejemplo, datos celulares para el uso de internet, permiso del espacio público o privado para la realización de la entrevista, búsqueda y uso de tomas corrientes de luz, entre otros factores. De esta forma la presencia del Poncho Magnético en redes sociales no descendió, es más, los seguidores de la propuesta encontraban interesante el hecho de que ver que el Poncho se podía mover a cualquier lugar para realizar una entrevista o cobertura radial.

Para finales del año 2018, el proyecto ya había establecido contacto con distintos personajes involucrados en la gestión cultural de la ciudad Cuenca. En el caso del Poncho Magnético, sus dos años de trayectoria sirvieron para recibir la primera propuesta de relaciones públicas y la cual era la organización de un evento el día 30 de diciembre, en el mismo bar restaurant en el cual habían realizado su primer aniversario. El dueño del establecimiento contrató al Poncho para que pongan música en una fiesta para celebrar el fin de año.

De esa forma, El Poncho Magnético empezó a ganar fama en temas de música ya que en la ciudad de Cuenca son pocas las mujeres quienes se dedican a mezclar tipo Dj-set en las fiestas sociales. Pero esa no era la única finalidad del colectivo, al ser una propuesta de

difusión cultural, las integrantes aprovecharon el hecho para gestionar eventos que tengan esa finalidad. De esta forma, El Poncho Magnético aprovecha sus herramientas y su alcance en las plataformas digitales para difundir su actividad en el medio, ellas empezaron a promocionarse como gestoras en la ciudad y de esta forma lograron llevar a cabo el segundo aniversario.

Tras la primera propuesta de relaciones públicas, El Poncho Magnético se abrió campo para realizar más actividades relacionadas a ese ámbito. Por ejemplo: el segundo y tercer aniversario fueron actividades mucho más desarrolladas, eventos dedicados a una semana entera de actividades con el fin de potenciar el turismo cultural. Al mismo tiempo, los convenios que hacían con los lugares donde desarrollaban sus eventos, tenían el fin de relacionarse con la propuesta para darse a conocer y abrirse a nuevos públicos que están relacionados con el El Poncho Magnético.

Personas involucradas en el medio de la gestión cultural, empezaron a buscar al Poncho con el fin de encontrar un soporte para el desarrollo de sus ideas. Las relaciones públicas resultaron ser un paso objetivo para la evolución de la propuesta, ya que las actividades que realizaba el Poncho, estaban basadas en los distintos intereses que las personas buscaban. Por ejemplo: promocionar su negocio, organizar eventos, aliarse estratégicamente, creación de proyectos culturales, entrevistas radiales, entre otros.

3.2 Análisis de publicaciones de El Poncho Magnético en la red social Facebook

La red social de Facebook facilita la posibilidad de interactuar con personas que se encuentran en distintos sitios geográficamente, esta plataforma promueve la relación de comunicación con diferentes individuos al mismo tiempo. La página existente de El Poncho Magnético tiene tres años de ejecución, los cuales han servido de provecho para demostrar el trabajo que realiza esta propuesta y difundirlo de manera mediática.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Índice de respuesta: 50%; tiempo de respuesta: 9 horas Responde antes para activar la insignia
1.079 Me gusta 0 esta semana Citla Pilco Diveni y 347 amigos más
1.103 seguidores
Ver noticias de páginas Publicaciones de páginas que indicaste que te gustan en nombre de tu página
229 personas alcanzadas con tus publicaciones esta semana
27 reproducciones de video esta semana

La página de Facebook se ha mantenido a lo largo del tiempo y en la actualidad cuenta con un número de 1.103 seguidores, los cuales contribuyen con 1.079 “Me gusta”. Como parte de las herramientas que ofrece esta red social, un indicador muestra que 229 son el número de personas alcanzadas semanalmente con las publicaciones que El Poncho Magnético realiza.

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Al mismo tiempo, como actividad principal demuestra que las producciones de video por semana son altas y con un mínimo de 27. El índice de respuesta es visible ya que es de importancia para el público que sigue la página y da un estimado de tiempo para que los usuarios tengan una retroalimentación.

La información general que se visualiza en la página oficial de El Poncho Magnético, es contenido publicado por las propias autoras de la propuesta. Estos datos ofrece a los seguidores una búsqueda más personalizada de información ya que contiene un número personal de contacto, un mail, y la fuente secundaria de difusión de información de contenido, en este caso Instagram.

La descripción general del proyecto está disponible como enlace aparte, para que los interesados puedan dar click y obtener más información a fondo.

GENERAL

Categoría	Emisora de radio	Editar
Nombre	El Poncho Magnético	Editar
Nombre de usuario	@ponchomagnético	Editar

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA

- [▶ Editar Fecha de inicio](#)
- [📍 Editar tipos de negocios](#)
- [📄 Editar Misión](#)

INFORMACIÓN DE CONTACTO

- [☎ Llamar 098 728 7522](#)
- [📍 m.me/ponchomagnético ⓘ](#)
- [✉ elponchomagnético@gmail.com ⓘ](#)
- [🌐 + Ingresar sitio web](#)
- [🔗 Editar Otras cuentas](#)

MÁS INFORMACIÓN

- [📄 Descripción](#)
Abre tu mente y disfruta del Poncho Magnético, un programa dedicado a descubrir artistas emergentes y valorar lo nuestro. Súbele los bits a Radio UDA.
- [📄 Somos un programa de radio que pretende abrir tu mente al puro sabor nacional! 🇪🇨 🇵🇪](#)
Escúchanos todos los jueves a través de:
<http://radiouda.uazuay.edu.ec:8000/radiouda>

HISTORIA



Poncho Magnético

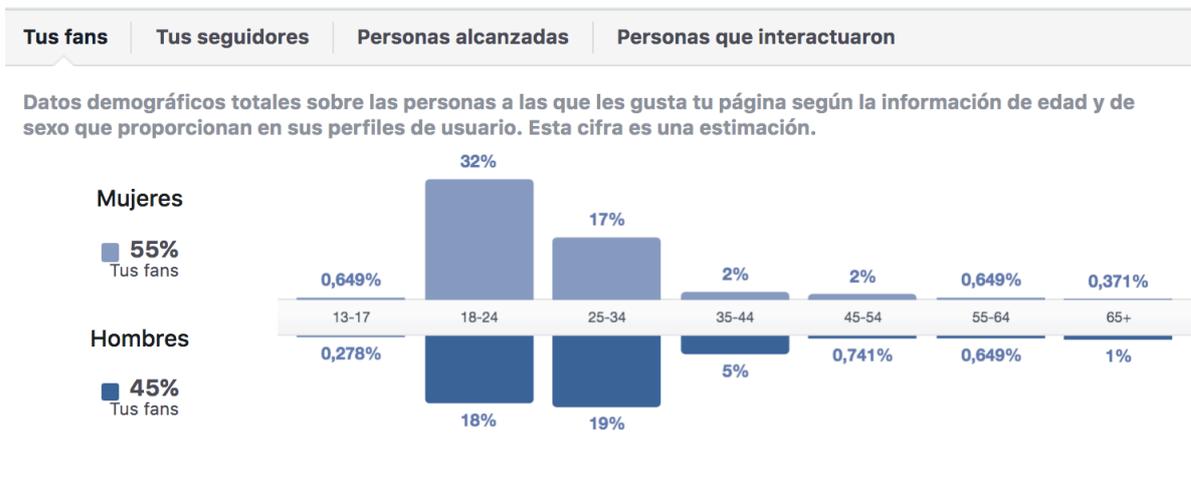
Somos un programa de radio que pretende abrir tu mente al puro sabor nacional 🇪🇨 🇵🇪

El Poncho Magnético nace con la idea de valorar la música ecuatoriana, nuestra música, artistas, y bandas emergentes. Este programa pretende abrir la mente de las personas que nos escuchan en la radio y llevarlas a conocer nuevos ritmos musicales, también informarles ...

[Ver más](#)

(Fotos extraídas de Facebook del Poncho Magnético)

Los datos demográficos demuestran el total de número de personas a quienes les gusta la página de El Poncho Magnético, conforme la información de edad y género que proporcionan en sus perfiles personales. Con respecto a la página de Facebook, el 55% demuestra ser mujeres fans que siguen El Poncho Magnético, el otro porcentaje es representado con un 45% de hombres que conforman la comunidad de seguidores.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

El rango se mantiene entre los 18 y 34 años de edad entre personas que siguen el contenido que difunde El Poncho Magnético, lo relevante de este caso es que el 19% de hombres entre 25 y 34 años de edad es el rango que predomina con respecto al género masculino.

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Ecuador	1.003	Cuenca, Provincia de ...	912	Español	795
Estados Unidos de Am...	25	Quito, Provincia de Pic...	38	Español (España)	226
España	10	Guayaquil, Provincia d...	16	Inglés (Estados Unidos)	38
México	9	Nueva York, Estados U...	11	Inglés (Reino Unido)	9
Argentina	5	Azogues, Provincia de ...	10	Español (México)	3
Reino Unido	5	Madrid, Comunidad de ...	6	Francés (Francia)	3
Alemania	4	Riobamba, Provincia d...	4	Italiano	2
Chile	3	Berlín, Alemania	3	Alemán	1
Francia	3	Machala, Provincia de ...	3	Inglés (al revés)	1
Canadá	2	Buenos Aires, Argentina	3	Portugués (Brasil)	1

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Con respecto a la ciudad y país, Cuenca-Ecuador es el principal escenario donde se concentra el mayor número de fans de la página, la siguiente ciudad que continua en la lista es la capital, Quito con 38 fans destacados que interactúan con la página. El idioma es el principal motor de funcionamiento para la difusión de contenido, lo que sobresale es que el inglés es la tercera lengua que se destaca entre el lenguaje de los seguidores y fans de El Poncho Magnético.

3.3 Publicaciones, live streaming, fotos y videos destacados en Facebook de El Poncho Magnético

3.3.1 Periodo diciembre, año 2016

Tras haber realizado ciertos programas radiales en la cabina de Radio Uda, espacio perteneciente a la Universidad del Azuay, la propuesta de El Poncho Magnético decidió alinearse a las tendencias actuales por lo que prosiguió abrir una página en Facebook con el fin de generar diálogo e interacción con las personas que ya seguían las actividades de la propuesta. Como primera publicación destacada en el lapso del periodo mencionado se encuentra el siguiente post publicado el 15 de diciembre de 2016.

Detalles de la publicación

El Poncho Magnético
Publicado por Sofi Cardoso [?] · 15 de diciembre de 2016 ·

Todas las bandas que se han puesto el poncho.
Y se vienen más...
Escúchanos mañana a las 15H00 en RADIO UDA

JAZZ THE ROOTS MATAZAR
LOS VUELOS DE MARIANGULA SOUL
LA MADRE TIRANA DONNIE PARKO
HIPSTERIA

Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido
Promociona esta publicación por \$2 para llegar a 2.400 personas.

Promocionar publicación

3 veces compartido

Me encanta Comentar Compartir

Rendimiento de tu publicación

0 Personas alcanzadas

24 Reacciones, comentarios y veces que se compartió

7 Me gusta	7 En publicación	0 En contenido compartido
2 Me encanta	2 En publicación	0 En contenido compartido
0 Comentarios	0 En publicación	0 En contenido compartido
6 Veces que se compartió	3 En publicación	3 En contenido compartido

0 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	0 Clics de otro tipo
----------------------------	----------------------	----------------------

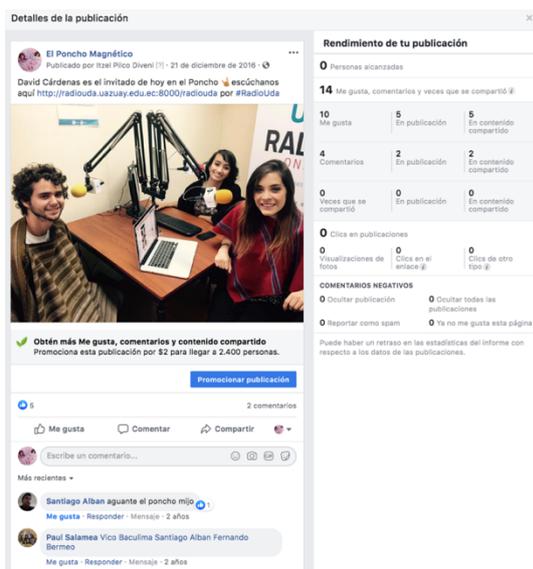
COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Reportar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

La finalidad de esta publicación fue mencionar los artistas y bandas invitadas al programa radial de El Poncho Magnético, con un arte sencillo se transmitió a través de una gráfica tipográfica los nombres de las asociaciones musicales que visitaron la cabina. Al ser de las primeras publicaciones que realizaba la página, obtuvo un alcance significativo entre los seguidores, 24 fueron las interacciones que alcanzó y 3 personas compartieron el contenido de la publicación. Es importante mencionar que para los inicios de la FanPage fue memorable ya que en esa época El Poncho Magnético contaba con menos de 60 seguidores.



Otro post destacado del año 2016, fue la foto de la entrevista realizada a David Cárdenas, músico independiente cuencano. Esta publicación obtuvo 10 Me Gusta, 2 comentarios de las personas que escucharon la entrevista. Los comentarios transmitían apoyo y aliento al programa radial por el dialecto que utilizaron los seguidores, 14 fueron las interacciones totales que tuvo la publicación.

3.3.2 Periodo enero – diciembre 2017



En el año 2017, El Poncho Magnético sobresalió en redes sociales con una publicación que realizaron el 21 de abril del mismo año, la cual contenía un video promocional sobre la entrevista que habían realizado al artista ecuatoriano Delfín Quishpe. Esta publicación tuvo un total de 702 personas alcanzadas en modo orgánico, es decir, sin pagar promoción publicitaria en Facebook.

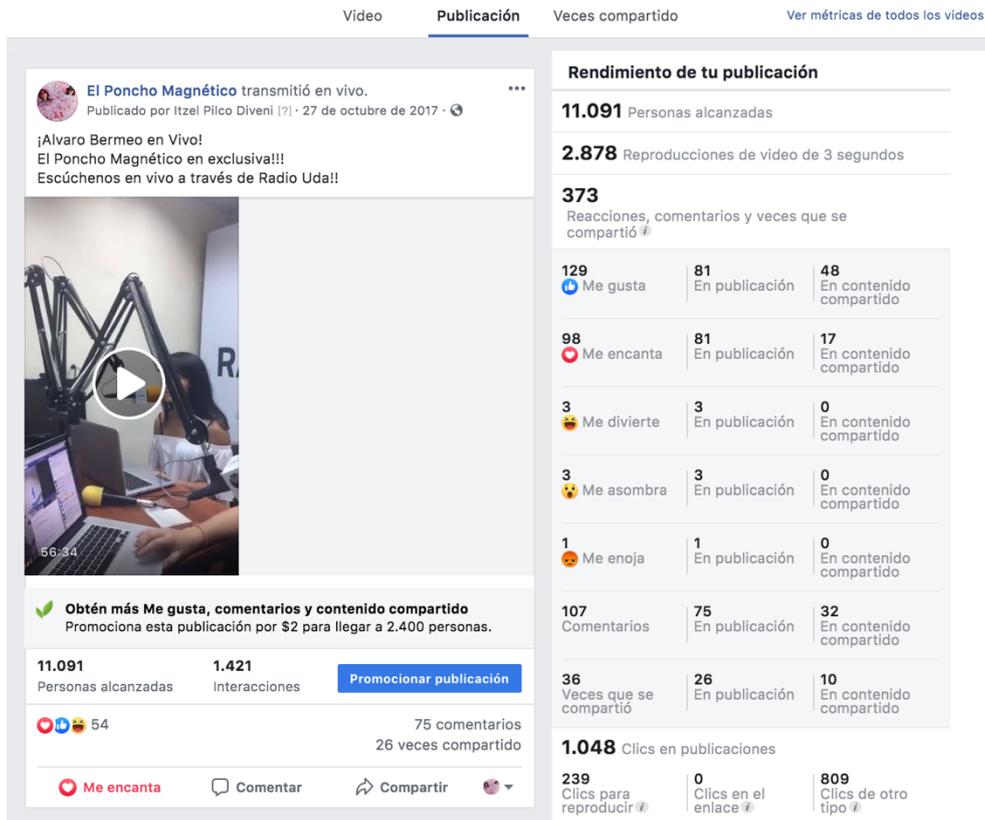
El post tuvo 124 interacciones, 58 clics de reproducción al video y 12 reacciones de Me gusta y Me encanta.

El 8 de junio de 2017, El Poncho Magnético realizó una de las primeras transmisiones en vivo desde la cabina de Radio Uda con la banda cuencana Santa Muerte. Este live streaming tuvo una fuerte repercusión en el público que escuchaba Radio Uda ese momento, la publicación logró tener 1.083 interacciones, 4.880 personas alcanzadas, 260 reacciones al video en vivo y 1.994 reproducciones en el momento. Los 44 comentarios de las personas la mayoría resultó demostrar satisfacción con el programa, apoyo y saludos a la banda invitada, preguntas de interés hacia ellos y comentarios con respecto al tema que se estaba tocando en el instante.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

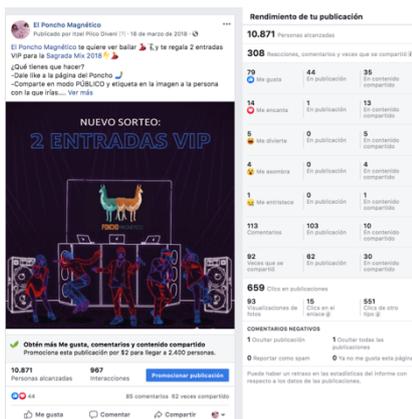
Otra publicación destacada del año 2017, fue la que se realizó el 13 de julio a el Dj cuencano David Ordoñez. Con 7.759 personas alcanzadas, se obtuvo 968 interacciones, 31 comentarios al video en vivo y 13 veces se compartió desde distintos perfiles. La publicación obtuvo 100 Me Gusta en total y 2.203 veces fueron las reproducciones que obtuvo el live streaming.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

La publicación estrella fue la que se realizó el día 27 de octubre del año 2017. El Poncho Magnético realizó una transmisión en vivo con Álvaro Bermeo, vocalista de la banda quiteña Guardarraya y músico solista. El post tuvo un alcance totalmente orgánico, las 11.091 personas alcanzadas lograron que el post tuviera más de 1.420 interacciones y 2.878 reproducciones al video en vivo. El total de comentario fueron de 75 personas que vieron la entrevista y de las cuales 26 decidieron compartir el contenido para virilizarlo.

3.3.3 Periodo enero – diciembre, año 2018



Una de las primeras publicaciones que realizó El Poncho Magnético en el año 2018, fue la del 18 de marzo. Este post contenía una imagen para el sorteo de 2 manillas para una fiesta que se realizó en la ciudad de Cuenca. Este tipo de publicaciones tienen la modalidad de ser bastante interactivas ya que el público desea obtener el premio final a través de la facilidad del concurso. Obtuvo 10.871 de personas

alcanzadas, 967 de ellas interactuaron con el post y 85 comentarios demostraron el interés de los participantes en el sorteo.

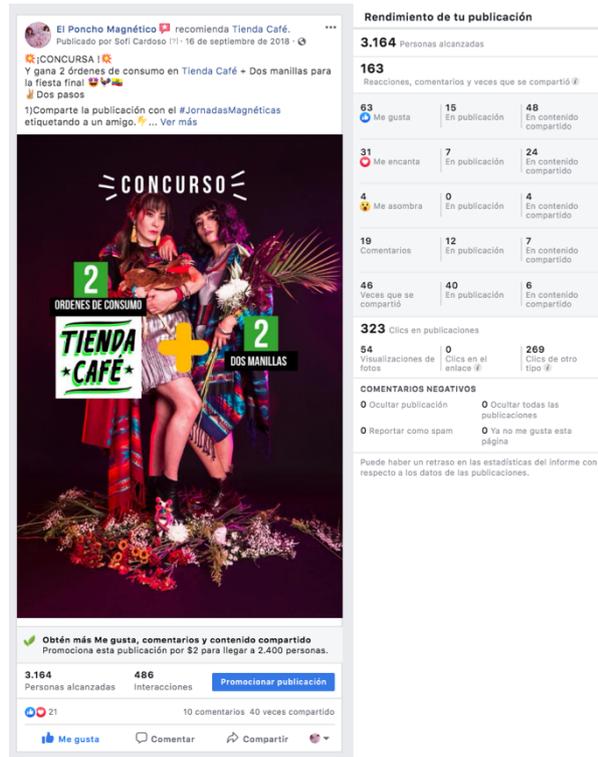
El año 2018 fue significativo para El Poncho Magnético ya que fue el inicio de las primeras Jornadas Magnéticas que se llevaron a cabo en nombre de la propuesta. Esta actividad consistió en realizar una semana cultural con distintas propuestas artísticas en la ciudad de Cuenca.

Se realizó una agenda conmemorativa del aniversario y se lanzó el afiche oficial a través de la red social de Facebook. El post se destaca por su interacción con el público, ya que 5.270 fue el total de personas alcanzadas, 838 interacciones y 265 reacciones con la fotografía. Lo que le singulariza es que 28 personas compartieron la publicación en sus redes personales, generando visitas a la página oficial de El Poncho Magnético.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

El concurso que lanzó el Poncho Magnético para que la gente participe en el sorteo de dos manillas gratis para la fiesta de clausura, también fue un éxito entre los seguidores de la página. Este post fue el que más se compartió en el año 2018, 3.164 personas alcanzadas, 486 interacciones en total y 163 reacciones fueron el resultado de esta publicación realizada el 16 de septiembre de 2018.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

3.3.4 Periodo enero – septiembre 2019



El año 2019 comenzó diferente para El Poncho Magnético, a través de Facebook se anunció la noticia oficial sobre la cobertura del festival internacional Lollapalooza Argentina 2019. Esta publicación en alcance orgánico consiguió 2.077 personas y 350 interacciones. Las 147 reacciones conseguidas en total generaron 203 clics en la publicación y de esta forma

en los comentarios se destacó la participación de las personas que felicitaban el logro alcanzado por El Poncho Magnético.

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Otra publicación destacada del 2019 fue el video de recopilación sobre Lollapalooza Argentina 2019, la publicación tuvo 55 reacciones en total y 1.254 personas alcanzadas. Esto demuestra que la publicación realizada el día 14 de abril, se promocionó de manera orgánica obteniendo 90 interacciones con el video, a través de un copy se anunciaron los auspiciantes del viaje y colaboradores con la propuesta de El Poncho Magnético.

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

El live streaming con la entrevista realizada al Dj cuencano David Ordoñez y la locutora de ADN Cultural en Radio Antena Uno. Esta entrevista se llevó a cabo con el fin de promocionar el regreso de El Poncho Magnético como programa radial digital. La publicación tuvo interacción con el público generando 286 interacciones, 936 reproducciones al video y 73 reacciones en total por parte de los seguidores.



(Fotos extraídas de Facebook del Poncho Magnético)

El 22 de junio de 2019, El Poncho Magnético realiza su segunda cobertura de la Fiesta de la Música en la ciudad de Cuenca, ese año la propuesta de difusión cultural se propuso hacer un trabajo mucho más completo. Tras haber realizado el recorrido de los cuatro escenarios que se arman dentro de la ciudad con el fin de promocionar la música, El Poncho Magnético se estableció con un spot especial para realizar sus entrevistas en la fiesta de clausura de dicho evento, el cual se realizó en el Hotel Selina.

El fin de esta modalidad era invitar a personas destacadas por su participación en la FDLM 2019 (Fiesta De La Música), el Poncho entrevistó a uno de los organizadores del evento, al creador del afiche oficial y a diferentes Dj's que representaban cada escenario de la fiesta.

El objetivo era realizar una entrevista en la cual se mencionen perspectivas de los entrevistados con respecto a la organización de la FDLM y la fiesta de clausura.

En el mes de septiembre, El Poncho Magnético comenzó con la organización previa de sus Jornadas Magnéticas, evento que es realizado cada año para conmemorar el aniversario del Poncho. Con la publicación de una foto donde se visualiza al equipo que formó parte de la producción para el afiche oficial de ese año, el Poncho tuvo un alcance de 599 personas en Facebook, quienes 155 interactuaron con la publicación. El objetivo de publicar esa foto fue para generar expectativa entre todos los seguidores de la página.



599 Personas alcanzadas 155 Interacción Promocionar publicación
 32 comentarios 3 comentarios 1 vez compartido



Posteriormente, la publicación de un video de expectativa realizado por las mismas integrantes del Poncho, en el cual se mostraba el “backstage” de la producción fotográfica para el afiche de las Jornadas Magnéticas, logró obtener un alcance orgánico de 8.576 personas quienes visualizaron el video. Más de 430 interacciones que significó para las integrantes, una viralización mediática del video en la red social de Facebook.

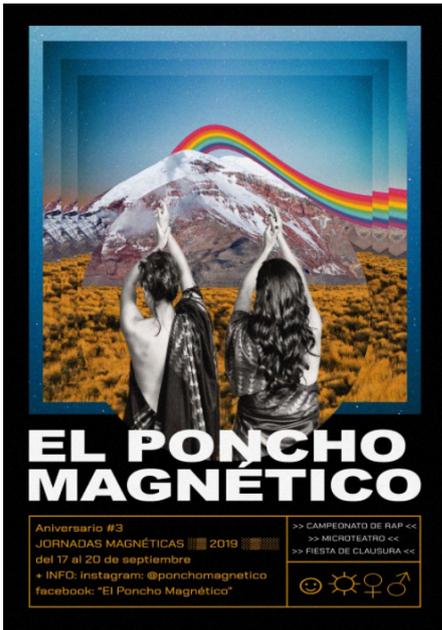
(Fotos extraídas de Facebook del Poncho Magnético)

El Poncho Magnético
 Publicado por Itzel Pilco Divení [?] · 2 de septiembre · 🌐

Tres años de magnetismo se fusionan en un solo afiche que ensambla diversos elementos que nos caracterizan como serranos, en un todo unificado que conecta aquello que significan Los Andes en el Ecuador. 🇪🇨

⚡El imponente Chimborazo ⚡, que hace poco se demostró que es la montaña más alta del mundo es el protagonista de la composición.

Las llanuras andinas, los ponchos que expresan el respeto y homenaje que se debe rendir a la naturaleza; damos las espaldas al espectador...
 Ver más



9.292 Personas alcanzadas
863 Interacción [Promocionar publicación](#)

👍👎👉👈 96 2 comentarios 40 veces compartido

Entre los primeros días de septiembre, se lanzó oficialmente el afiche de las Jornadas Magnéticas 2019. Ese año año, las representantes del Poncho se enfocaron en transmitir una imagen delicada en la cual se focalicen varios elementos los cuales transmitan un mensaje determinado. Es por eso, que en la descripción de la imagen/afiche las autoras escribieron un mensaje con un enfoque sentimental con el fin de provocar en el espectador una reacción positiva sobre la expectativa de las Jornadas Magnéticas.

La imagen logró un alcance de 9.292 personas y a comparación de otros años, fueron más de 860 personas quienes interactuaron con el afiche, es decir, abrieron la imagen y por ende entraron al enlace que conlleva a la página de El Poncho Magnético.

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Detalles de la publicación

Rendimiento de tu publicación

451 Personas alcanzadas

10 reacciones, comentarios y veces que se compartió 🌐

8 Me gusta	8 En publicación	0 En contenido compartido
1 Me encanta	1 En publicación	0 En contenido compartido
0 Comentarios	0 En publicación	0 En contenido compartido
1 Veces que se compartió	1 En publicación	0 En contenido compartido
11 Clics en publicaciones	0 Clics en el enlace 🌐	6 Clics de otro tipo 🌐

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación

0 Reportar como spam

0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

Detalles de la publicación

Rendimiento de tu publicación

9.840 Personas alcanzadas

328 reacciones, comentarios y veces que se compartió 🌐

86 Me gusta	58 En publicación	28 En contenido compartido
32 Me encanta	27 En publicación	5 En contenido compartido
7 Me asombra	0 En publicación	7 En contenido compartido
2 Me enoja	1 En publicación	1 En contenido compartido
112 Comentarios	90 En publicación	22 En contenido compartido
89 Veces que se compartió	73 En publicación	16 En contenido compartido
494 Clics en publicaciones	71 Clics en el enlace 🌐	256 Clics de otro tipo 🌐

COMENTARIOS NEGATIVOS

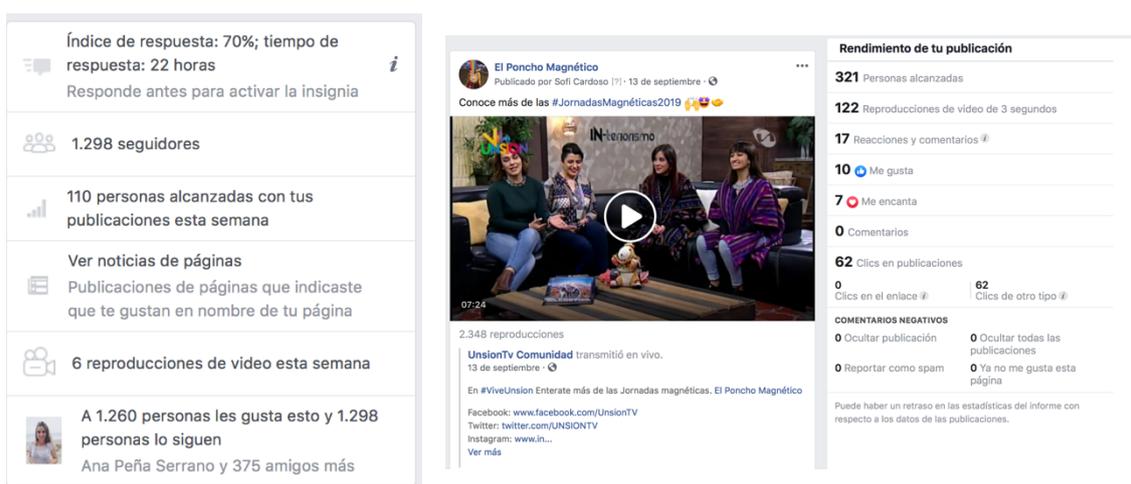
0 Ocultar publicación

0 Reportar como spam

0 Ya no me gusta esta página

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

En publicaciones posteriores, la página del Poncho Magnético comenzó a tener un alcance rápido debido a que se empezó a promocionar concursos, auspiciantes e información relacionada con las actividades del Poncho. Por ejemplo, la marca ecuatoriana Homero Ortega trabajó con la propuesta para la realización de las Jornadas Magnéticas 2019 y eso provocó un incremento en el número de seguidores en la página debido a que la marca es conocida a nivel mundial. Además el concurso que lanzó El Poncho Magnético, proporcionaba regalos por parte de los auspiciantes. De esa forma, la interacción y el alcance de la página sobrepasó las 9,000 personas en Facebook.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

A raíz de eso, el número de seguidores en la página oficial incrementó a 1.298 personas que se interesaban en actividades del Poncho, obteniendo más 1.260 interacciones con noticias o publicaciones que la página posteaba.

También fue beneficioso para la propuesta esta interacción entre sus seguidores debido a que medios locales de la ciudad de Cuenca, empezaron a mostrarse interesados e invitaban al Poncho a formar parte del calendario de actividades que proporcionaban, por ejemplo, entrevistas en televisión local, radio y periódicos. El Poncho Magnético también fue invitado a distintos eventos como dj's o como promotoras e influyentes.

3.4 Eventos organizados por El Poncho Magnético y el alcance obtenido en redes sociales en los últimos tres años

Eventos pasados

	Noche de Juegos en Wunderbar Wunderbar Café jueves, 30 de mayo 20:00	No promocionado	2,5 mil	107	No hay datos
	Fiesta Expo "La Situación Humana" República Sur jueves, 23 de mayo 19:00	No promocionado	7,4 mil	297	No hay datos
	Dj Sunset en Wunderbar Wunderbar Café sábado, 9 de marzo 17:00	\$10,00 1 promoción	9,9 mil	180	No hay datos
	Concierto Gratis de COIMA en Wunderbar Wunderbar Café jueves, 10 de enero 21:00	No promocionado	1,4 mil	42	No hay datos
	Fiesta electrónica: Denite (Diyamic / Get Physical) + Dj Matt República Sur 25 oct 2018 22:00	\$1,00 1 promoción	17,4 mil	369	6
	Fiesta Magnética. Aniversario #2 República Sur 21 sep 2018 20:00	\$11,00 1 promoción	17 mil	485	No hay datos
	Obra de Teatro: Saulo: una historia de diablos y pecados. República Sur 19 sep 2018 20:00	\$4,00 1 promoción	10,1 mil	279	No hay datos
	Jornadas Magnéticas 4 fechas - 18 de sep - 22 sep 2018	No promocionado	2,7 mil	119	6
	After Concierto de Caloncho República Sur 9 jun 2018 22:00	No promocionado	No hay datos	202	No hay datos
	Bilateral: Donnie Parko/Zura Teatro Carlos Cueva Tamariz 29 mar 2018 20:00	No promocionado	No hay datos	602	No hay datos
	La última fiesta del año con DJ MIC! Bumba Fruits and Beer 30 dic 2017 19:00	No promocionado	No hay datos	283	No hay datos
	1er Aniversario de El Poncho Magnético Bumba Fruits and Beer 23 jun 2017 20:00				

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

En la trayectoria que tiene el Poncho Magnético, se ha explorado distintos campos de la profesión de ciencias de la comunicación, y las relaciones públicas demostraron ser el fuerte de la propuesta de las dos estudiantes de la universidad. En un periodo de tiempo de tres años, han llevado a cabo distintos eventos asociados al arte, cultura, fiesta y propuestas musicales. Cada celebración llevó consigo un concepto o característica relacionada al Poncho ya sea desde la idea o la organización y logística final del evento.

Entre los más destacados se encuentra el primer aniversario de El Poncho Magnético, el evento se realizó en Bumba Fruits and Beer, lugar reconocido por los cuencanos el cual está ubicado en la orilla del Río Tomebamba. El acontecimiento se llevó a cabo el día 23 de junio del año 2017.



Detalles

JUN 23 1er Aniversario de El Poncho Magnético
Público · Organizado por Itzel Pilco Diveni

Viernes, 23 de junio de 2017 de 20:00 a 02:00
Hace más de un año

Bumba Fruits and Beer
Paseo 3 de Noviembre y Benigno Malo, Cuenca [Mostrar mapa](#)

Información Conversación

Publicación | Agregar foto/video | Video en vivo
Crear encuesta

Escribe algo...

173 asistieron · 150 interesados [Ver todo](#)

Pablo, Ale y 120 amigos más asistieron

¡El Poncho Magnético ⚡ celebra su primer aniversario de magnetismo!
¡En un año hemos tenido más de 30 bandas invitadas a nuestro programa en la cabina de Radio Uda, y esto es motivo de celebración para nosotros! 🎉🎊🎈
Todos los viernes hemos estado con ustedes a través de la poncho señal, ¿Por qué no un viernes más?
Nos vemos en Bumba este viernes 23 de junio
Shots GRATIS de 20:00h a 22:00h
PROMOCIÓN de mojitos Bacardi 3x\$10
¡DOBLE shot GRATIS a las personas que ese día asistan al evento con PONCHO! ❤️

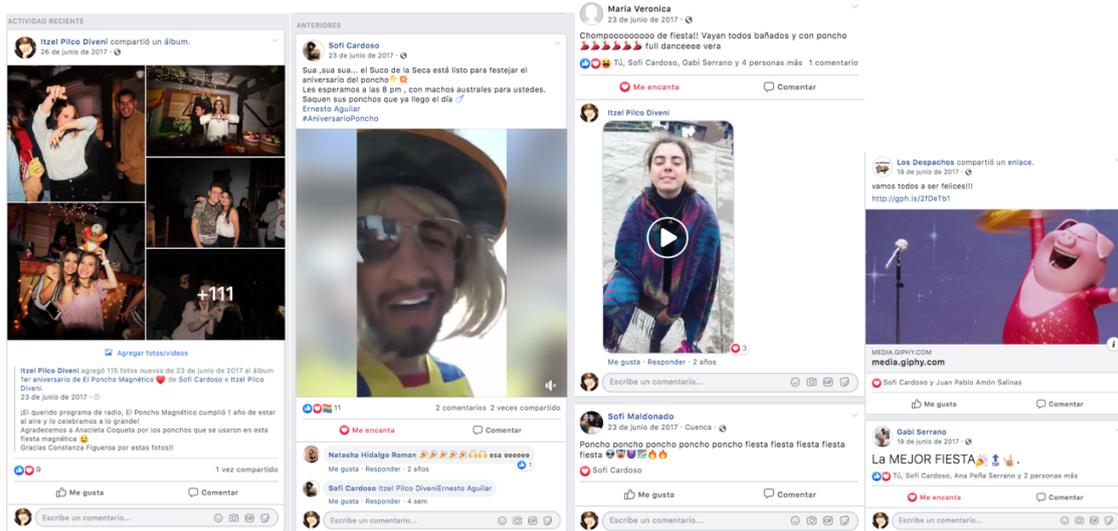
Para festejar al ponchito como se lo merece, tenemos a los mejores Djs que harán sentir su bit en la gente 🎧🎶
Dario Orellana y Sebastián Contreras

No puedes perderte la primera fiesta al estilo poncho 🙌
¡Zúngaleee!

****Evento gratuito y exclusivo para mayores de edad****

(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Gracias a la conversación que se generó entre los asistentes en el evento de Facebook, se identificó que fueron 173 personas quienes asistieron a la fiesta de clausura de las Jornadas Magnéticas. El tono de comunicación que se manejó en las publicaciones fueron de manera amigable, provocando que más personas comenten al respecto de qué forma demuestran su entusiasmo con asistir al evento organizado.



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Otro evento destacado fue el segundo aniversario del Poncho, en esta ocasión se propuso realizar una semana de eventos culturales en distintos puntos de la ciudad con el fin de potenciar el turismo cultural entre los cuencanos. Para esto se llevó a cabo una producción la cual contenía un concepto de fondo para realizar la fotografía y el arte gráfico, con la ayuda de un equipo de producción se logró un resultado final el cual se difundió en redes sociales. El evento final se llevó a cabo el 21 de septiembre del año 2019, la logística y organización estuvo a cargo únicamente del Poncho Magnético.

3.5 Análisis de las Jornadas Magnéticas en los últimos tres años

3.5.1 Jornadas Magnéticas Año 2017



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Como primer aniversario, se llevó a cabo una fiesta de celebración a la cual asistieron 200 personas, la finalidad de este evento era simplemente festejar el primer año que cumplía el Poncho Magnético como programa radial, para ese entonces continuaba en la cabina de Radio Uda. La celebración contó con la participación de dos Dj's cuencanos, y el auspicio completo del bar restaurant donde se desarrolló la fiesta.

3.5.2 Jornadas Magnéticas Año 2018



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

En esta ocasión, el segundo aniversario tuvo mucho más forma y concepto en comparación con el primero. Las integrantes del Poncho se dieron la tarea de organizar y juntar a un equipo que lleve a cabo toda una producción para las “Jornadas Magnéticas”, nombre con el cual fundaron su quehacer social. Este año trató de la organización y realización de distintos eventos culturales en diferentes puntos de la ciudad de Cuenca con la finalidad de potenciar el turismo cultural a través de actividades que integren distintos públicos de todas las edades.

Las Jornadas Magnéticas se diferenciaron del resto de actividades de El Poncho Magnético ya que consistió en la creación de eventos culturales los cuales acerquen al público a los distintos espacios, en los cuales se llevan a cabo actividades artísticas en la ciudad de Cuenca. En cuatro días la propuesta prometía la interactividad del público con distintas actividades relacionadas al arte, es por eso que el teatro, la música, las artes plásticas formaban parte de esta experiencia.



Detalles

El ritual magnético finaliza su transmisión dejándolos con su legendaria celebración ⚡
 ¡Alisten sus mejores ponchos!
 Acompáñanos en estas #JornadasMagnéticas ⚡

\$6 preventa (Incluye una CERVEZA Budweiser) 🍺
 \$8 día del evento (Incluye una CERVEZA Budweiser) 🍺

Ha llegado el momento que todos estábamos esperando 🎆🎆

La noche comienza con DJ TITAN legendaria figura de los Tumbideja que con sus ritmos estará encargado del warm up de este ritual🔊

Después JSEB le enseñará a nuestros oídos nuevos ritmos que nos permitirán sentir el magnetismo a lo largo de toda la noche 🎧🔊

Para sacar todos los diablos y dejarlo todo en la pista de baile tenemos a DJ MATT, encargado de enfiestar a todos los ponchos.

A continuación, como plato fuerte tenemos a DJ AGUJA quien viene desde Guayaquil siendo el Dj Oficial de Corona Sunsets y Sociedad Anónima con esta larga trayectoria se ha sumado a esta magnética celebración 🎧🔊
 Shots GRATIS para todos los que vengan con Ponchos

Barra Libre de shots de 8 – 10pm

Piñata con contenido magnético ⚡🎁

Zona Relax con masajes musicales 🎧🔊

No lo intenten en casa!

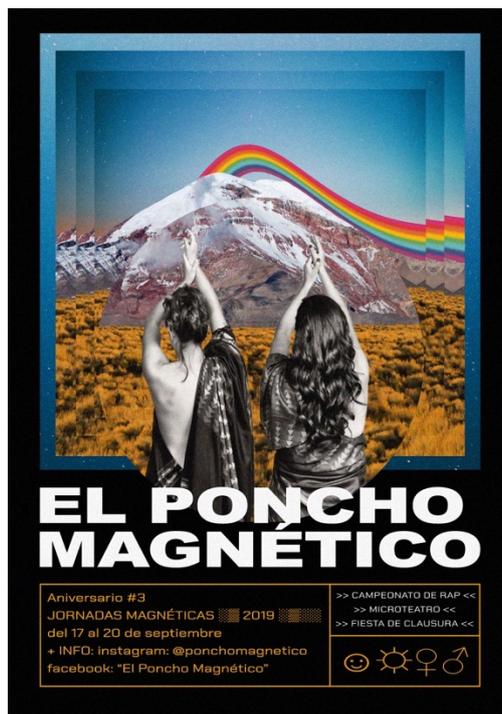
(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

Esta vez, se planteó un sistema gráfico el cual llevaba una linealidad, en comparación con el anterior evento, en este se realizó activaciones de marca, se contó con más dj's, incluso existió promociones de bebidas y cervezas. De este evento El Poncho Magnético pudo lucrar económicamente y fue de mucha ayuda la difusión que se generó en redes sociales y el lugar en donde se llevó a cabo la fiesta, en esta ocasión no existió conversación entre los asistentes del evento.



(Fotos extraídas de Facebook del Poncho Magnético)

3.5.3 Jornadas Magnéticas Año 2019



(Foto extraída de Facebook del Poncho Magnético)

El tercer año se diferenció completamente de los dos años anteriores ya que en esta ocasión tuvieron contacto con distintos colectivos para que formen parte de las Jornadas Magnéticas 2019, además, el punto de concentración para los actos eran los espacios urbanos de la ciudad. Se realizó la inauguración en el Seminario San Luis, lugar emblemático de la ciudad de Cuenca por la vista privilegiada que tiene a las cúpulas de la catedral. En el segundo día llevaron a cabo un campeonato de Rap en el anfiteatro de Turi, el tercer día el Microteatro en el antiguo Hotel Crespo y el cuarto día la fiesta de clausura fue en Estancia Rosario, salón de eventos.

En esta ocasión, El Poncho Magnético se encargó de darle forma y realce a su actividad como gestor cultural, encargándose de contactar a personas para que formen parte del proyecto. Estas personas compartían intereses comunes como el teatro, la música en vivo, el performance, entre otros. Así, El Poncho Magnético se posiciona como la plataforma para la difusión de saberes y actividades artísticas y culturales.

CAPÍTULO IV

4. Resultados del análisis de publicaciones en Facebook

La continuidad que ha mantenido el programa radial ha sido esporádica en el último año, ya que en la actualidad la propuesta no cuenta con un espacio físico para realizar su programación semanalmente. Esto llevó a que se opte por alternativas para realizar el programa en espacios no convencionales, las publicaciones en Facebook demuestran que los seguidores del Poncho Magnético interactúan con el programa cuando se transmite en vivo y es interesante observar la forma en cómo lo hacen. Lo que resalta es el lenguaje que se utiliza en la entrevista y con el público que escucha ya que la forma de conversación es bastante amigable y espontánea.

En el segundo año de aniversario, se observa un notable desarrollo con lo que respecta a la gráfica que se utilizó en las plataformas digitales, las publicaciones y post con respecto al aniversario contenía una temática en general, una linealidad gráfica y un concepto de trasfondo. Esto resultó ser positivo para la propuesta ya que se consiguió notoriedad en redes sociales y así aumentaron sus seguidores en Facebook e Instagram.

Es importante destacar que en este año hubo la presencia de marcas auspiciantes que colaboraron con la propuesta de El Poncho Magnético, su aporte era indistinto y totalmente voluntario, es decir, participaba quien quería formar parte del proyecto. Al ser un proyecto en evolución y en constante crecimiento en el área de las relaciones públicas, este acto fue un logro alcanzado para las creadoras del proyecto. El hecho de que una marca haya mostrado el interés de patrocinarse en una red digital de un programa radial que nació de la universidad hace 3 años atrás, fue sin duda un avance para la difusión cultural en la ciudad de Cuenca.

Es importante destacar que en el segundo año los concursos en la página de Facebook de El Poncho Magnético empezaron a tomar gran fuerza en los seguidores, las publicaciones con más interacciones han sido estas ya que son comentadas y compartidas por el público que escucha el programa. Es una actividad curiosa entre los jóvenes que siguen el programa ya que los sorteos de manillas gratis para una fiesta, o premios ofrecidos por parte de una marca son llamativos para este rango de público.

El live streaming o el video en vivo es la herramienta más fuerte que posee El Poncho Magnético ya que la modalidad de la entrevista es llamativa y espontánea tanto para el entrevistado como para el público que esta escuchando el programa. El lenguaje siempre es amistoso, por lo general sin prejuicios y sin censura en el vocabulario.

Como difusor cultural, otra herramienta bien utilizada para su propuesta son las relaciones públicas y en el trayecto de 3 años han logrado hacer 2 eventos grandes los cuales pertenecen únicamente a la organización y logística de El Poncho Magnético. La conversación generada entre las personas que siguen la página es una forma de interacción directa entre los seguidores y las autoras de la propuesta. Esto ha tomado impulso para que los eventos secundarios que también son organizados por El Poncho Magnético en dualidad con algún representante del área de desarrollo de turismo para Cuenca, sean reconocidos inmediatamente y de alguna forma contribuye con un porcentaje para aumentar la asistencia a los mismos.

4.1 Análisis y discusión de los grupos focales

El Poncho Magnético se representa como un difusor cultural en la ciudad de Cuenca, por lo tanto no cuenta con un segmento fijo debido a que el contenido que publica y eventos que realiza, están dirigidos a todas las edades por la variedad que existe en sus actividades. Pero bien es cierto que por motivo de sus distintas facetas por las cuales ha transcurrido el Poncho, la mayor cantidad de seguidores se concentra en un público de 16 a 36 años, debido a que la propuesta transmite esa frescura y espontaneidad que busca este segmento al momento de consumir noticias o realizar actividades culturales, así lo detallan los estudiantes al decir:

Algo que considero que nos mantiene vinculados al Poncho a todas las personas que les seguimos, son las Jornadas Magnéticas. Porque es involucrarse en diferentes mundos con actividades distintas a algo que normalmente haríamos, ósea, las actividades que hacen involucran a públicos distintos en un mismo espacio y eso es bacán. Es interesante ver como el Poncho nos involucra en sus cosas para auto descubrirnos, para intentar cosas nuevas y encontrar cosas que

pensábamos que nunca nos iba a gustar, por ejemplo, el campeonato de rap que hicieron en las últimas Jornadas Magnéticas (Estudiante, 21 años).

A mí me gusta la diversidad que ofrecen a las personas en las actividades que realizan. La versatilidad que tienen para hacer eventos enfocados en la cultura es bastante interesante. También me gustó la inauguración en Seminario San Luis, fue elegante y diferente y divertida porque tenían un domo y un Dj (Comunicadora social, 29 años).

Dentro de los seguidores del Poncho Magnético, se encuentran personas quienes interactúan con la propuesta tanto físicamente, como en redes sociales. Gestores culturales, personas con proyectos culturales independientes, oyentes del programa en Radio Uda y seguidores del Poncho en general.

Estos argumentos concuerdan con lo expuesto por los estudiantes con frases como: “Cuando ustedes estaban en Radio Uda no había aún las cámaras estáticas, y ustedes transmitían todo por el celular y eso era bacán porque era interactivo. Eso era todo, incluso yo pienso que con eso había más alcance que con las cámaras de Radio Uda” (Estudiante, 21 años) y “Yo me vinculé con el Poncho porque ustedes me invitaban a sus programas y eso me hacía sentir parte de un vínculo. También porque me sentí identificada, porque sentía que era un espacio nuestro, de los jóvenes” (Diseñadora, 25 años).

Al realizar los grupos focales con los seguidores y aliados de la propuesta del Poncho Magnético, se apreciaron las diferentes declaraciones que obtuvieron acerca de la difusión sobre noticias, eventos, live streaming, y contenido que difunde el Poncho. Algunas de las opiniones fueron diversas y en otros casos muchos de los asistentes coincidieron en sus observaciones. Evidentemente, se apreció los diferentes puntos de vista y se dieron a conocer recomendaciones generales por parte de los grupos focales hacia la propuesta de El Poncho Magnético, un participante expresó lo siguiente:

Pienso que está bien, tiene sus ventajas el estar en Facebook, también deberían pensar el live streaming en Instagram. Pienso que deben estar pendientes del audio y streaming en vivo porque a veces no funciona, no se escucha. Obviamente no vas a escribir en los comentarios que no está funcionando porque vas a causar una

sola cascada de comentarios pero hay que pensar en transmitir en la máxima calidad (Comunicador social, 34 años).

El público mayor a los 22 años afirmó que se mantuvo al tanto del proyecto, por las redes sociales, destacando la plataforma de Facebook. Entre los comentarios se destacó que lo llamativo del proyecto es visualizar la imagen y expectativa basada en la línea gráfica, eventos realizados, programa de radio, así lo confirmaron algunos integrantes del grupo focal, al decir: “El nivel de producción que hacen todos los años es interesante, son ambiciosas chicas” (Estudiante, 23 años).

“A mi me gusta ver la comunicación que llevan de toda la post producción porque genera expectativa, es interesante. Como que se nota que cada vez van a un nivel más alto” (Abogado, 28 años).

“La imagen gráfica es todo, es llamativa pero también es específica. Yo me entero de todo solo por el afiche” (Estudiante, 21 años).

Entre la conversación que se generó entre los estudiantes, sobresalió el tema de que El Poncho Magnético debería explotar más el hecho de tener dos mujeres líderes en la gestión cultural. Expresaron que la mayoría de personas que realizan eventos de culturales o de tipo fiesta, por lo general son hombres. Los integrantes expresaron lo siguiente:

Yo lo que podría destacar del Poncho, justo ayer conversaba con algunas mujeres, es que son dos mujeres haciendo esto. Porque no hay muchas personas del género femenino que se dedican a la gestión de eventos, sí hay muchas mujeres gestoras culturales pero que pertenecen a distintas áreas, por ejemplo, las macanas. Pero no existen muchas mujeres dedicadas específicamente a la producción y gestión de eventos. Ayer analizábamos desde el contexto machista en mi conversación con estas mujeres, y salió el tema de que mucho de los eventos que se hacen actualmente en Cuenca son hechos por hombres pero quienes venden las manillas son las mujeres. Eso es una reflexión porque demuestra que el Poncho está aquí para competir contra eso y se nota la energía que le ponen a las cosas que hacen, porque también eso demuestra honestidad y cariño por el trabajo que realizan y pienso que eso debería destacar (Abogado, 28 años).

“El hecho de que son dos mujeres quienes lideran el poncho, yo pienso que deberían explotar mucho más eso. Moverse a medios tradicionales y acercarse a las subculturas” (Estudiante, 23 años).

Yo creo que algo bastante importante es resaltar que dos mujeres son las cabecillas de todo esto, del Poncho. Porque la cultura, históricamente ha sido algo dominado por los hombres y eso es algo importantísimo porque generan un espacio de reivindicación que sí deberían explotar ustedes dos (Abogado, 25 años).

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

En esta tesis se planteó la realización de un análisis descriptivo de los diferentes procesos y estrategias comunicacionales, donde se evidencie la existencia del programa radial El Poncho Magnético. Al iniciar esta investigación, se planteó brindar un aporte al mejoramiento a la plataforma digital y métodos de difusión de las noticias que desarrolla el Poncho, como los eventos que realiza.

Los resultados obtenidos evidenciaron que la propuesta de El Poncho Magnético, está posicionada en la mente de su audiencia como un programa radial y propuesta cultural moderna y *cool*. En lo que coincidieron los tres grupos focales que se realizaron para la investigación de esta tesis, es que, la línea gráfica y la forma de difundir el evento es importante.

También se debe destacar que en los tres grupos focales resaltó el tema del empoderamiento feminista que refleja El Poncho Magnético, debido a que resaltan que son dos mujeres quienes llevan adelante la propuesta cada año, por lo general, solemos ver más familiar al hecho de que los hombres son quienes realizan la mayoría de eventos sociales, el Poncho se destaca por realizar un festival de arte y cultural denominado “Jornadas Magnéticas” cada año. Además que el Poncho es un colectivo que se dedica a la realización de contenido como artículos de prensa, cobertura de eventos nacionales e internaciones como fue el Lollapalooza de Argentina.

Al mismo tiempo se evaluó la perspectiva por parte de los jóvenes quienes formaban parte de los grupos focales, y se observó la atención que le prestan al contenido que difunde la propuesta, eso se relaciona con la enseñanza que formó a las dos integrantes del poncho en la universidad. Al ser una propuesta de difusión cultural, el Poncho recoge las diferentes medidas aprendidas para salir en un programa radial hasta la organización y ejecución completa de un festival de cultura.

Se recomienda crear “clips” de información, en los cuales se simplifiquen las entrevistas que realizan en live streaming. Esto generará que los seguidores de la propuesta del Poncho se mantengan en sintonía con las cosas que se difunden en la plataforma. También, editar los videos y pasarlos por un filtro antes de publicarlos generaría que se vea más trabajo transmedia. Estas recomendaciones mejorarían la propuesta de El Poncho Magnético y su trabajo al momento de generar, crear y difundir material de tipo noticioso.

Con respecto a las Jornadas Magnéticas, se propone involucrar más a los estudiantes de universidades quienes realizan trabajos en aulas de clase. De esta forma se crearía un vínculo entre El Poncho Magnético y las instituciones académicas. La trayectoria que tiene el Poncho sería de ayuda para brindar a la sociedad estudiantil prácticas en temas de comunicación y relaciones públicas.

A pesar de no permanecer en Radio Uda, las integrantes del Poncho buscaron alternativas para continuar con su programa. Es por eso que nació el segmento de “Lugares No Convencionales” ya que las entrevistas se realizaban en lugares esporádicos de la ciudad. De esta forma se mantenía la linealidad del programa, sin embargo, al no encontrarse en una cabina de radio física, El Poncho Magnético experimentaba dificultades como falta de internet y mal audio. Esto provocó que las integrantes de la propuesta opten por adquirir instrumentos externos que les facilite la realización de su trabajo.

Para conmemorar cada aniversario de la propuesta, se plantearon la organización y creación de un festival cultural el cual abarque distintas actividades relacionadas con el arte. De esta forma, las integrantes empezaron a tener contacto con un sin número de personas quienes trabajan en este ámbito.

Las relaciones públicas y la gestión de medios son el principal fuerte que el Poncho Magnético posee, ya que las dos integrantes estudiaron la carrera de comunicación social, se encontraron con la facilidad de ejercer todo lo aprendido en aulas de clase. De esta forma el Poncho demuestra su evolución de programa radial de Radio Uda, a ser un gestor cultural conocido en la ciudad de Cuenca.

El motivo del abandono de la cabina de la radio universitaria fue debido al progreso que las mismas integrantes experimentaban, es decir, terminar la carrera no les facilitaba la utilización del espacio comunitario debido a que no existía constancia en la realización de los programas radiales.

También es importante mencionar que la parrilla radial nunca se mantiene igual y eso provoca un desapego por parte de la audiencia, debido a que no existe una programación fija y constante. Al ser un espacio comunitario dentro de una institución académica, los mismos estudiantes no mantienen esa continuidad para realizar programas radiales, por eso se propone que los estudiantes egresados de la carrera quienes mantengan el programa de radio que haya sido realizado dentro de las mismas aulas de la universidad, se mantenga dentro de una programación fija de Radio Uda.

Tanto el Poncho Magnético como otras propuestas que nacieron dentro de la carrera de comunicación social, se han mantenido de pie debido al progreso que sus mismos integrantes desarrollan, esto a lo largo del tiempo ha contribuido con el desarrollo socio-cultural que la ciudad de Cuenca propone hacia las personas que se encuentran involucradas en el mismo ámbito, es por eso que se debe apoyar con cualquier aporte para que la escena contemporánea siga creciendo dentro del arte, la cultura y la ciencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Alba, J. A. (2002). *La Competencia en Radio y Televisión*. México D.F: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Carrión, H. (2007). *Estudios Comunitarios, situación en el Ecuador*. Quito: Red Infodesarrollados.
- Casajaús, L. (junio de 2014). Radios universitarias y redes sociales. *Radios universitarias y redes sociales. Análisis de la gestión de contenidos de la radio universitaria española en las redes sociales. (Tesis doctoral)*. Castellón, España.
- Castillo, P. (2004). *La Comunicación en la Educación*. Buenos Aires: Stella.
- Chaparro, H. (2016). *Jóvenes y Consumo Cultural. Una Aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles*. Medellín: Anagramas.
- García, A. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia: Nuevas perspectivas para los profesionales del medio. *Icono* , 14.
- Guerrero, M. V. (2015). *La Radio Universitaria en Iberoamérica*. Chile: Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, Universidad de Chile.
- Herreros, C. (1999). *La Radio por Internet*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Herreros, M. C. (2001). *La Radio en la Convergencia Multimedia*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Herreros, M. C. (2012). *Información Radiofónica: Mediación Técnica Tratamiento y Programación*. Madrid: Stella.
- Martínez, M. d., & Herrera, S. (2004). Los géneros radiofónicos en la teoría de redacción periodística en España. *Comunicación y Sociedad*, 116.
- Moscoso, V. (2014). *Propuesta de una radio universitaria comunitaria en la Universidad del Azuay*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Narváez, C. E., & Martín Pena, D. (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio*. Barcelona: UOC.
- Rivera, C. A. (Junio de 2012). Proyecto CONTRASTES: medios de comunicación estudiantil como espacios de aprendizaje. *Revista Educación*, 93.
- Sunkel, G. (2006). *El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá: D'Vinni Ltda.
- Vásquez, M. (2015). *La Radio Universitaria en Iberoamérica*. Chile: Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, Universidad de Chile.

Vigil, J. I. (2015). *Pasión por la Radio*. Quito: Artes Gráficas Silva.

Yudi, M. (22 de 05 de 2012). *Slide Share* . Recuperado el 29 de 01 de 2017, de Que es la radio web : <http://es.slideshare.net/MedinaYudi/qu-es-la-radio-web>

ANEXOS

Anexo 1

Preguntas para grupos focales

Noticias culturales

¿Qué noticias has consumido esta semana, o qué tipo de información ha consumido hoy?

¿Qué tipo de noticias consumen ustedes?

¿Que entiende usted por cultura?

¿Como leen noticias, por donde?

¿Cuáles son las noticias culturales de su agrado?

¿Han escuchado de programas radiales?

¿Cuál ha sido su programa radial favorito? Al que usted sigue?

¿Cuál es el horario en a que usted lo escucha?

¿A través de qué plataforma?

En su criterio, ¿Cómo llamaría más su atención una noticia cultural?

Publicaciones y contenido gráfico

Identificar los factores principales que hacen que las personas interactúen con ciertos tipos de contenido

¿Que es lo que hace que recuerde una marca en el ámbito cultural?

¿Qué es llamativo para mis ojos? ¿Colores, copy de publicación?

¿Mejor forma de leer auspiciantes y colaboradores?

Poncho Magnético

¿Qué noticias ven por parte del PM en RRSS?

¿Qué se encuentra en su top of mind del PM refiriéndonos como noticias publicadas?

¿De qué forma usted conoció al PM?

¿De qué forma podrían mejorar la difusión de noticias de parte del Poncho Magnético?

¿De qué forma es la mejor manera para consumir información de relevancia cultural Streaming? Instagram? Facebook? Twitter?

¿Qué diferencia al Poncho Magnético de las otras plataformas?

¿Qué les parece el lenguaje utilizado?

Eventos culturales

- ¿Cuál es su definición sobre evento cultural?
- ¿Cuáles son los eventos culturales que usted conoce?
- ¿Cuál es el promedio de eventos culturales a los que usted ha asistido?
- ¿Qué encuentra llamativo en un evento cultural?
- ¿Cuánto pagaría usted por un evento cultural?
- ¿Cuál es su percepción sobre los eventos culturales?
- ¿Qué desea encontrar en un evento cultural?

Jornadas Magnéticas

- ¿Conoce usted lo que son las Jornadas Magnéticas?
- ¿Ha asistido a las Jornadas Magnéticas alguna vez?
- ¿Cuál ha sido su experiencia?
- ¿Conoce qué tipo de actividades se realizan en las Jornadas Magnéticas?
- ¿De qué forma se enteró de las Jornadas Magnéticas?
- ¿Dónde vio publicidad de las Jornadas Magnéticas?
- ¿Qué podría agregar al calendario de actividades de las Jornadas Magnéticas?
- ¿Qué plataformas digitales considera de mayor alcance para promocionar las Jornadas Magnéticas?

CATEGORÍAS Y SUB CATEGORÍAS DE GRUPOS FOCALES

Noticias Culturales

- **Contenido de noticias culturales que consumen los jóvenes**
- **Plataformas digitales para consumir noticias**
- **Factores para no consumir noticias culturales**

Publicaciones y Contenido Gráfico

- **Comentarios sobre línea gráfica, promotores e influencers como factores para promocionar un evento de cualquier tipo**

Poncho Magnético

- **Palabras que describen al Poncho Magnético**
- **Cómo fue su involucramiento con El Poncho Magnético**
- **Live streaming como medio para difundir noticias del Poncho Magnético**

Jornadas Magnéticas

- **Experiencia en las Jornadas Magnéticas**

Categorías Emergentes

- **Comentarios generales, observaciones hacia el Poncho Magnético**
- **Medios por los cuales se enteraron de las actividades que realiza el Poncho**
- **Forma de percibir noticias culturales y factores para recordar una marca cultural**

Anexo 2

Resultados discusión de grupos focales

Noticias Culturales

- **Contenido de noticias culturales que consumen los jóvenes**

GRUPO #1:

Belén: Como noticia, esto de las mujeres, el himno feminista, eso he escuchado como noticia esta semana Belén. Me gusta la página de Instagram “Culturizando” porque salen como datos curiosos como por ejemplo: “Hoy hace tantos años...”, eso es lo que me gusta y leo.

Elisa: Yo, lo que más me gusta es una página en Facebook que se llama astronomía en tu bolsillo. También me gustan las noticias sobre los accidentes que ocurren. Yo consumo

bastante noticias sobre astronomía pero también me gusta leer cosas con respecto al cine, críticas, nuevos lanzamientos, expectativas.

Gabo: Yo lo que más veo son las críticas a las películas, no sé, como a mi me gusta esta nota del cine entonces sí le pongo atención a eso. Siempre que veo por ejemplo, cuando estoy en Facebook, las críticas a alguna película a veces es por un meme y eso llama mi atención y creo que es lo que más consumo con respecto a noticias culturales.

Dario: Bueno, a mí con respecto a la cultura me gusta leer cosas como expresiones, por ejemplo, va a haber un evento que se llama Cincuenta Mujeres de la Historia de Ecuador, entonces todo este activismo que está basado en la historia y la coyuntura es re importante para mí, entonces eso es lo que más me interesa leer a mí, ahora.

Chris: Yo con respecto a noticias culturales me gusta leer dos tipos de cosas: la primera es que me gusta enterarme de los eventos y fiestas y que estén relacionados con la cultura de alguna manera. Y dos, me gusta bastante la cultura gastronómica entonces me interesa saber qué lugares nuevos o recomendables puedo visitar en Cuenca.

Belén: Bueno, a mí me gusta enterarme de noticias sobre festivales que van a suceder en Cuenca pero sobre todo si tienen que ver con el baile folclórico. Si encuentro algo que tenga que ver directamente con eso le pongo atención y trato de asistir. Es más, recién hubo un evento aquí en Las Escalinatas organizado por Gara Cultura y asistí porque me interesaba y además estoy vinculada a eso directamente.

GRUPO #2:

David: A mí me gusta el BTL que hacen el German Piedra cuando promociona sus fiestas. También me gusta como Ondas Azuayas difunde sus cosas.

Tomas: Creo que es un buen referente como VICE promociona sus cosas, tienen un estilaso.

Fer: A mí me gusta cuando los locutores se adueñan de la noticia y le dan un toque personalizado, eso llama más la atención.

Tomás: Lo que me interesa son las noticias sociales, las cosas relacionadas con el futuro y que puedan afectar al medio ambiente o a la sociedad. En el ámbito cultural me gusta

saber sobre las corrientes de música que están sonando en distintos lugares y por qué están sonando, y saber qué están consumiendo personas en distintos lugares del mundo.

Ficha: Bueno, en mi caso, me gusta consumir noticias que tengan que ver con la realidad nacional porque soy abogado. Ahora, en este tiempo me gusta saber más sobre eso porque ha existido una crisis sobre capitalismo en diferentes partes del mundo. Básicamente es interesante saber sobre los problemas de nivel nacional e internacional.

David: A mí me interesa ver noticias relacionadas con el ámbito de derechos humanos y derechos de la naturaleza, sobre todo, temas relacionados con la crisis climática, ecología. También estoy atrás de todas las manifestaciones a nivel global relacionadas con el capitalismo.

GRUPO #3:

Ana: La sinfónica, porque me encanta y siempre trato de ir.

CF: Vi algo sobre un concierto y presentación de arte de un ecuatoriano.

Gabi: Vi un acústico en el Teatro Sucre de música ecuatoriana.

CF: A veces veo tantos eventos que enserio me saturó y no sé que mismo está sucediendo en Cuenca.

CF: Noticias sobre películas.

David: Me gusta las cosas sobre arte entonces me enteré de una exposición que hicieron en República Sur.

Pablo: Son los 16 días de activismo en contra de la violencia de género. Eso me interesó a mí la última semana.

- **Plataformas digitales por las cuales consumen noticias culturales:**

GRUPO #1:

Todos dijeron “redes sociales” al mismo tiempo.

Gabo: Facebook e Instagram

Belén: Twitter

Elisa: Facebook y twitter

Dario: Facebook, Instagram y Twitter

Belén: Yo Instagram casi no lo utilizo para ver este tipo de noticias.

Elisa: Yo Instagram utilizo full pero casi no para ver las noticias porque no considero que sea muy informativo.

Dario: Bueno, también hay grupos culturales en WhatsApp y al menos yo que si pongo atención a temas culturales, es un medio que me sirve muchísimo.

GRUPO #2:

Tomás: Twitter.

Fer: Instagram

Ficha: Facebook

Tomas: Creo que es un buen referente como VICE promociona sus cosas, tienen un estilaso.

Fer: A mí me gusta cuando los locutores se adueñan de la noticia y le dan un toque personalizado, eso llama más la atención.

Fer: Antena Uno, tiene su onda de rock y cultura que son arraigadas a su marca.

David: La Mandrágora, era bacán porque metían el aspecto político en la cultura porque mostraban la realidad mucho más cercana de cómo es la cultura en nuestro entorno local e internacional.

David: A mí me gusta el BTL que hacen el German Piedra cuando promociona sus fiestas. También me gusta como Ondas Azuayas difunde sus cosas.

GRUPO #3:

Todos dijeron Facebook, y David agregó que también se enteró de todo por sus amigos.

- **Factores para NO consumir noticias culturales:**

GRUPO #1:

Dario: Yo creo que otro problema es que ya dejan de lado la publicidad tradicional, entonces ponen más atención a cosas que solo están en Facebook, pero no, así no funciona, se olvidan que hay la parte de lo tradicional donde también está un público.

Elisa: ¿A qué te refieres con lo tradicional?

Dario: A que recurran a los periódicos, a que vayan a una radio, a que pongan atención en las vallas publicitarias, que vean la televisión, que hagan flyers del evento. Ósea yo soy enemigo de los flyers pero la idea es que recurran a lo tradicional.

Elisa: Yo creo que ahora un flyer nadie ve, la gente recibe uno y ni lo ve porque enseguida lo arrugan y lo botan.

Dario: Yo lo sé, digo como ejemplo lo del flyer, pero son generalmente estos medios los que perduran siempre y también se enfocan en un público que no es tan sesgado como Facebook que es una burbuja, Instagram es una burbuja, twitter es una burbuja. Entonces el rato que vos vas a la calle es como: Ah! También está esa gente que es nueva para ti, no ves esa gente normalmente en tu círculo, entonces ahí es cuando te das cuenta que desperdiciaste en NO IR a un bar a dejar un flyer o un post los cuales podrían ver este tipo de público. Entonces eso para mí es un desperdicio de no apuntar a ese tipo de público.

Belén: Yo también iba a decir algo así y estoy de acuerdo con él porque estoy consciente de que no se difunde de manera masiva ese tipo de eventos, tal vez si sería algo del municipio le dieran mucha más relevancia a ese tipo de difusión pero el Poncho es algo más pequeño que solo su círculo va a poder enterarse. Sin embargo ese tipo de difusión hace que lleguen a un público mucho más extenso, como por ejemplo una cajera de la JEP que puede que le interese cosas del Poncho, pero como no es de su círculo nunca se

enteró. Por ejemplo, la difusión que hizo el festival de la orquídea sirvió porque llamaba la atención de un público turista, pero bueno, obviamente eso era mucho más masivo.

Belén: A mí me molesta lo alternativo. Ósea pienso que ya he visto demasiado, yo entiendo que tratan de rescatar la música independiente, y está bien, pero ya me he cansado de ver solo bandas “alternativas”. Para mí eso ya no es algo de mi agrado y pienso que pasa lo mismo con mucha otra gente.

Chris: A mí me molesta la palabra “tributo”. Ya cuando veo la palabra “tributo” es algo que me molesta.

GRUPO #2:

Fer: A mí me llama la atención la línea gráfica.

Tomás: A mí el contenido, que sea corto y conciso, nada de palabrería.

Ficha: A mí que sea llamativo y nada saturado.

GRUPO #3:

CF: yo creo que es la falta de interés porque solo es cuestión de poner “asistiré”, y listo. Facebook automáticamente empieza a enviarte notificaciones y cosas para que no te olvides del evento.

Gabi: a mí la descripción me parece importante porque me fijo en que no sea totalmente vacía, si es que no la entiendo no leo y listo.

CF: pero también cuando está muy llena nadie lee.

(todos asentaron con la cabeza)

Ana: yo creo que los eventos que sabes de por sí que son buenos, siempre van a llenar aforo.

PUBLICACIONES Y CONTENIDO GRÁFICO

- **Comentarios sobre línea gráfica, promotores e influencers como factores para promocionar un evento de cualquier tipo:**

GRUPO #1:

Gabo: A mi no me gusta la forma en cómo te bombardean de información sobre un evento. Estás navegando y la publicidad es molesta porque es demasiada. Yo pienso que molesta.

Dario: Las estrategias de difusión son todas iguales, por ejemplo, hay 10 pr's que publican todos lo mismo, y es entendible hasta cierto punto. Pero yo pienso que si dejas que el influencer o promotor fluya y publique cosas a su estilo, es mucho más llamativo. Creo que si le das más libertad causa un mejor impacto.

Laura: Yo creo que hay que tener cuidado con la palabra "influencer", cualquier persona que tenga muchos seguidores, no necesariamente es un influencer, también existen los "micro-influencers" que son personas que mueven y tienen influencia en ciertos grupos de personas.

Dario: También puede causar un impacto negativo eso de estar siempre publicitando cosas.

Belén: Sí! Eso hace que vos no sepas que fiesta mismo va a estar buena.

Dario: Exacto, porque publicita muchas cosas y fiestas al mismo tiempo.

Laura: Me interesa el "copy", en el sentido de que tiene que ser específico, nada demasiado largo, que tenga la información necesaria. Cuando eso transmite el influencer o promotor de una forma objetiva, me interesa, nada de palabrerío.

Chris: El problema es que los influencers no tienen idea de comunicación.

Laura: Sí! Deber para los influencers.

Chris: Exacto, no son influencers, solo tienen seguidores.

Dario: Me gusta que todo fluya, que lideren su presentación en redes sociales. Cuando son ellos mismos y su naturalidad.

Belén: A mi me gustan los influencers que son profesionales, es decir, personas adultas que tienen una carrera profesional porque para mí tiene más credibilidad cuando dicen cosas en redes sociales. Como que todo tiene más sentido su contenido a comparación de los influencers menores.

Dario: Hay una técnica en la publicidad que se enfoca en el error. Entonces ahí voy un poco con lo que los influencers o promotores, no son muy profesionales y se equivocan un montón en mil cosas, eso también causa que te llame la atención porque están equivocando y lo están haciendo mal. Ahora, si eso lo haces a propósito eres un genio, pero si no, es solo una casualidad de la vida. Eso a mí me ha llamado la atención porque es una estrategia de la publicidad.

GRUPO #2:

Tomas: para mí es autentico, el Poncho no tiene ninguna pose ni porque mentir, son ustedes dos las representantes y eso hace que sea como acogedor e interesante.

Fer: exacto, son dos personas que aman la cultura y lo reflejan en cosas súper llamativas.

GRUPO #3:

Ana: a mi no me gusta leer el copy, entonces hay eventos que no ponen cosas importantes en el flyer como precio, hora, o lugar. Eso hace que pierda mi interés y no lea el resto.

Pablo: Los videos funcionan pienso yo, y tienen que ir con cosas claras.

Gabi: Pero a veces hay flyers que tienen muchisimas cosas y es saturado y no entiendo nada.

CF: A veces las medidas de los flyers no son adaptadas a las de redes sociales y cuando las personas suben cosas, la imagen no se adapta y se corta la información. Debería existir una imagen con las medidas para cada plataforma.

Vero: Yo creo que el hecho de hacer un flyer y con diseño gráfico, va mucho más allá de la información. Existe un estudio de color que es súper importante, no puedes poner un

color azul en un fondo blanco porque es aburrido y se pierde la gente, es muy formal, te olvidas.

Gabi: a mi me llama la atención la parte de “conversación” en el evento de Facebook porque eso le da credibilidad, y se ve las cosas que los mismos organizadores están realizando y publicando.

Pablo: yo he investigando un poco sobre los carteles porque estoy pensando realizar un taller de cartelismo político y los símbolos son súper importantes porque los símbolos significan mucho. Por eso es importante la imagen porque los símbolos se asocian con ella y después el cartel se vuelve algo único, coleccionable y apetitoso. Porque luego los mismos flyers que son comunes con la información básica son aburridos y los puedes botar en la calle. Pero si veo una imagen trabajada, a mi me da hasta interés de saber quien es el diseñador.

David: muy aparte de lo que personalmente pienses sobre la imagen, el flyer es crucial, es como la carta de presentación de un evento, es como la primera impresión de todo. Por ejemplo, es como si yo te entregara una flyer en blanco y negro que diga “Michael Jackson se va a presentar revivido en el Estadio”, capaz no te llame la atención por la gráfica pero sin embargo es un contenido gigantesco.

Pablo: También depende de los canales que vas a utilizar para transmitir tu contenido, los símbolos tienen que ir muy asociados con los canales de difusión. Es tu propia responsabilidad ser consiente de saber como vas a comunicar algo. Es una forma de responsabilidad súper chévere que de alguna forma permite educar a los públicos.

PONCHO MAGNÉTICO

- **Noticias percibidas por parte del público que sigue a El Poncho Magnético y las cuáles se encuentran en su Top of Mind:**

GRUPO #1:

Elisa: Yo de la que más me acuerdo es de cuando Guardarraya estuvo en el Poncho. Y perdón, pero creo que es la única vez que las escuché.

Dario: Yo vi también la entrevista a Jorge Dávila.

Belén: Yo me acuerdo de la cobertura de la Fiesta de la Música 2019.

Chris: Yo de su tocada en el Chill and Chela.

Dario: Siii! Yo me acuerdo del Lollapalooza.

Belén: Yo sé que son Dj's.

GRUPO #2:

Fer: En mi caso la fiesta del poncho que fue hace poco y también la cobertura de la Fiesta de la Música 2019.

CJ: También cuando fueron las Jornadas Magnéticas.

David: Sí, las Jornadas.

Tomás: Eso fue súper llamativo

CJ: Las actividades que realizan en esa semana están dirigidas a distintos ámbitos y eso llamó mi atención.

Ficha: Guardarraya.

Fer: Sí! Guardarraya fue muy arrecho.

CJ: También iba a decir eso. Ustedes han entrevistado a full personas, sobre todo del ámbito local, por ejemplo, Matazar, Leteléfono, Paola Navarrete.

GRUPO #3:

Vero: Larry y Leo Espinoza.

CF: Álvaro Bermeo de Guardarraya.

David: No estoy seguro si lo soñé pero Mateo Kingman estuvo en el Poncho, si o qué?

Todos respondieron sí.

CF: Hay demasiado contenido! La gente se olvida.

Gabi: Sii, estamos apurados. A mi por me pareció interesante que hayan entrevistado a Jorge Dávila Andrade.

Pablo: Dj Matt.

Pablo, Gabi y Ana: Las Jornadas Magnéticas.

CF: A mi una noticia que me marcó fue su cobertura en La Fiesta de la Música. Más porque hacen video reportaje y ya es algo que han hecho dos años seguidos.

Gabi: En el Festival de la Lira.

David: Yo vi su entrevista a Jorge Dávila Andrade.

CF: Yo porque veo cómo preparan los ambientes, si hacen una entrevista veo que procuran tener un spot lindo.

Gabi: Yo me acuerdo del festival de la lira y de su entrevista a Jorge Dávila Andrade porque el man es un poeta full reconocido en el Ecuador.

- **Palabras que describen al Poncho Magnético**

GRUPO #1:

Dario: Las Jornadas Magnéticas, cultura y fiesta.

Laura: Para mí es fiesta.

Gabo: Para mí es radio porque cuando las conocí hacían radio entonces para mí es más radio.

Dario: Programas en vivo.

Belén: Para mí les asocio de una con artistas de la escena independiente.

Elisa: Yo también les veo como full alternativas.

Dario: Energía, fresco, joven.

Gabo: Bandas, cultura, fiesta.

Belén: Fiesta, independiente, cultura.

Elisa: Dj's, cultura, alternativo

Chris, Música, frescura, cultura.

Laura: Light, cultura, jóvenes.

GRUPO #2:

Fer: Cool, natural y espontáneo.

Tomas: Auténtico, divertido e innovador.

David: Frescas, espontáneas y naturales.

CJ: Divertidas, arriesgadas, cool.

GRUPO #3:

CF: Wari, inspiración, porque estudiamos la misma carrera y estamos en el mismo camino de trabajar por el arte y la cultura. Para mí el Poncho marcó un antes y un después en Radio Uda y la carrera de comunicación.

Vero: Identidad.

Gabi: Tradición, integración y colores.

Pablo: Yo lo que podría destacar del Poncho, justo ayer conversaba con algunas mujeres, es que son dos mujeres haciendo esto. Porque no hay muchas personas del género femenino que se dedican a la gestión de eventos, sí hay muchas mujeres gestoras culturales pero que pertenecen a distintas áreas, por ejemplo, las macanas. Pero no existen muchas mujeres dedicadas específicamente a la producción y gestión de eventos. Ayer analizábamos desde el contexto machista en mi conversación con estas mujeres, y salió el tema de que mucho de los eventos que se hacen actualmente en Cuenca son

hechos por hombres pero quienes venden las manillas son las mujeres. Eso es una reflexión porque demuestra que el Poncho está aquí para competir contra eso y se nota la energía que le ponen a las cosas que hacen, porque también eso demuestra honestidad y cariño por el trabajo que realizan y pienso que eso debería destacar.

Ana: Para mí, amistad, magnetismo porque es la palabra perfecta para describir lo que ustedes son, atraen lo bueno repelen lo malo. Y tradición, porque es un llamado de atención por parte del Poncho para demostrarnos que debemos valorar lo que tenemos aquí en Ecuador. Desde el tema de la música independiente hasta la imagen que manejan ustedes, el Wari, el poncho, las llamas, los Andes. Además que las cosas que hacen son versátiles porque no son solo para jóvenes sino también puede llegar a un público más adulto.

- **Cómo fue su involucramiento con El Poncho Magnético**

GRUPO #1:

Belén: Yo las conocía de la universidad.

Gabo: Yo cuando les trajeron a Guardarraya, porque fue raro y muy gara. Fue como una revolución en el edificio de comunicación, miles de personas esperando afuera para que salga el man de Guardarraya, yo por eso me acuerdo del Poncho.

Dario: A mí me llamó la atención el nombre, me pareció algo súper relajado y chistoso.

Laura: Yo por mis amigos supe quienes son.

Elisa: Por la universidad, son medio populares.

GRUPO #2:

David: Yo las conocí en la radio, cuando estaban en la UDA, en el año 2018. Yo veía la publicidad que hacían desde su página, sobre las entrevistas y coberturas.

Fer: Por la universidad, porque tenían un programa y les veía en Facebook.

Ficha: Yo porque vivo a lado de tu casa. Pero mi primer acercamiento fue una fiesta en Bumba, hace 3 años.

Tomás y CJ: Por la universidad. (Ambos están en la UDA).

GRUPO #3:

CF: Cuando ustedes estaban en Radio Uda no había aún las cámaras estáticas, y ustedes transmitían todo por el celular y eso era bacán porque era interactivo. Eso era todo, incluso yo pienso que con eso había más alcance que con las cámaras de Radio Uda.

Gabi: Yo las conocí a ustedes por una amiga mía, que al mismo tiempo es su amiga.

Pablo: Yo a través de David Fajardo, mi socio en la lucha socialista. Fue interesante porque nosotros siempre estamos trabajando con personas que estén activos en el ámbito cultural, eso para nosotros es más importante antes que el discurso, la acción. Cuando el David llegó a contarme de ustedes, me pareció interesante de una porque sabía que el mensaje que nosotros manejamos podía llegar a distintos públicos, tanto los de Gara Cultura como los del Poncho Magnético, después ya me enamoré de trabajar con ustedes.

Vero: Yo me vinculé con el Poncho porque ustedes me invitaban a sus programas y eso me hacía sentir parte de un vínculo. También porque me sentí identificada, porque sentía que era un espacio nuestro, de los jóvenes.

Ana: Yo porque me fijé en la manera en cómo tratan de vincular la cultura andina a través de su imagen tan contemporánea y cool.

Gabi: Algo que considero que nos mantiene vinculados al Poncho a todas las personas que les seguimos, son las Jornadas Magnéticas. Porque es involucrarse en diferentes mundos con actividades distintas a algo que normalmente haríamos, ósea, las actividades que hacen involucran a públicos distintos en un mismo espacio y eso es bacán. Es interesante ver como el Poncho nos involucra en sus cosas para auto descubrirnos, para intentar cosas nuevas y encontrar cosas que pensábamos que nunca nos iba a gustar, por ejemplo, el campeonato de rap que hicieron en las últimas Jornadas Magnéticas.

David: Yo sinceramente no me acuerdo del primero contacto con el Poncho. Pero siento que es algo que siempre ha estado ahí porque al menos los músicos, las personas que hacemos cosas culturales nos identificamos instantáneamente. Porque es gente como tú que hace cosas y contenido con el cual uno se identifica y siento que puedo recurrir a

ustedes porque sé que puedo crear un contacto con el cual podemos ayudarnos mutuamente.

- **Live streaming como medio para difundir noticias del Poncho Magnético**

GRUPO #1:

Dario: Pienso que está bien, tiene sus ventajas el estar en Facebook, también deberían pensar el live streaming en Instagram. Pienso que deben estar pendientes del audio y streaming en vivo porque a veces no funciona, no se escucha. Obviamente no vas a escribir en los comentarios que no está funcionando porque vas a causar una sola cascada de comentarios pero hay que pensar en transmitir en la máxima calidad.

Belén: Pienso que deberían expandirse e ir a YouTube, porque a veces el live streaming aburre.

Dario: Me gusta darle un replay para buscar mi saludo cuando me lo mandan.

Elisa: Siii! es divertido cuando te saludan.

Gabo: Es verdad, eso hace que te quedes viendo el programa un poco más de tiempo.

Chris: A mi me gusta de sus entrevistas como es la frescura con la que transmiten las cosas.

Dario: Yo pienso que pueden mejorar en la forma de cómo abordan a los entrevistados, creo que tienen que ir a otro nivel . Al inicio el Poncho era como juvenil y más relajado, pero pienso que sí deben ser más serias en las entrevistas, saber más que el entrevistado y ser más curiosas, a veces siento que muy superficial. Pienso que eso va sorprender a su entrevistado pero sobre todo a su audiencia. Si hay un camino, es por ahí porque sino van a perder credibilidad en futuro.

Chris: Yo pienso que pudieran realizar una edición después cada entrevista y presentarla como cápsula.

Dario: Es inusual volver a ver el streaming, sí sería mejor tener una cápsula de información de cada entrevista después de realizarla.

GRUPO #2:

Fer: A mi me parece una herramienta súper interesante de Facebook porque eso te permite generar contenido y eso permite que las personas puedan llegar a monetizar eso. Deberíamos utilizar eso todos los que tenemos una marca o emprendimiento.

CJ: Es buena herramienta pero la verdad yo no le veo como algo TAN factible.

Tomás: Yo creo que depende de las generaciones y de qué quieras promocionar

Fer: Yo creo que depende de qué target depende tu marca.

Ficha: Para mí Instagram es mucho más íntimo que Facebook, en FB todo es mucho más global, en IG soy más selectivo.

Fer: Lo máximo que le he dedicado es 5 o 10 minutos, también depende de la hora.

CJ: Yo sí le he dedicado tiempo pero solo si es algo que de verdad me gusta, como el fútbol por ejemplo. O conciertos en vivos, pero a veces hay cosas demasiado random que para mí es desperdicio de streaming y no le pongo atención entonces solo paso y listo. No me gusta cuando hablando demasiado en la cámara, me gusta más las imágenes.

GRUPO #3:

Vero: A mi la verdad no me parece tan llamativo, no sé, no me repetiría un livestreaming de una entrevista. No sé que es, pero no me engancha del todo el contenido.

Gabi: A mí no me engancha las entrevistas del todo porque siento que deben pasar por un contenido de edición, a veces existen espacios muertos que hacen que pierdas la audiencia que te está escuchando en vivo.

Ana: Deberían crear cápsulas de información, a veces es difícil para nosotros ver las entrevistas en vivo.

Pablo: Los high lights del Poncho para mí son las entrevistas y los eventos.

Gabi: Yo sé que ustedes para las Jornadas se preparan muchísimo más, yo he trabajado con ustedes y sé que es un trabajo de meses. Pero porque son las Jornadas, en cambio

las entrevistas a veces son tan fugaces que no se nota mucho el esfuerzo que le ponen por más que sepamos que no por cualquier cosa están haciendo un en vivo.

David: Que sean un programa de radio les da un plus y eso es más interesante que un livestreaming.

Pablo: Yo pienso que el contenido es importante, deben dominar los temas y publicar contenido propio.

Ana: Sería chevere que hagan sus entrevistas pero que después hagan una cápsula de información donde se resuma todo lo que se habló en la entrevista del Poncho.

JORNADAS MAGNÉTICAS

- **Experiencia en las Jornadas Magnéticas**

GRUPO #1:

Gabo: A mi me llenó de orgullo porque vi a mis amigas haciendo algo que les gusta y hacerlo demasiado bien, me sentí orgulloso.

Dario: Apoyo eso, porque siento que cada vez más el Poncho crece y siempre es como una apuesta un poco más ambiciosa cada vez, y eso lograr en el ámbito de la cultura es re difícil y eso significa que es algo positivo porque significa que están logrando algo con su magnetismo.

Chris: Me gusta las actividades distintas que siempre ofrecen en las Jornadas Magnéticas.

Belén: Pienso que deberían arriesgarse más e invertir en distintos medios de publicidad.

GRUPO #2:

Fer: A mi me gusta la diversidad que ofrecen a las personas en las actividades que realizan. La versatilidad que tienen para hacer eventos enfocados en la cultura es bastante interesante. También me gustó la inauguración en Seminario San Luis, fue elegante y diferente y divertida porque tenían un domo y un Dj.

David: Yo, a pesar de no poder asistir, me enteré y me pareció súper interesante la variedad de actividades que hicieron este año, el campeonato de rap en Turi me pareció locaso, ¿cómo se les ocurrió hacer eso?

CJ: A mi me pareció interesante ver el tema de cómo ustedes aprovecharon los espacios públicos en Cuenca para realizar sus actividades. Eso es algo que como cuencanos nos pertenece y ver a dos mujeres utilizarlos para el arte, es como ver que se llenen de vida.

GRUPO #3:

CF: Yo nunca me voy a olvidar de las piñatas de cada aniversario.

David: Yo este año me fui a la batalla de rap y fue algo increíble porque me pareció lo más innovador que me pudieron ofrecer con respecto a eventos culturales.

Gabi: Si a mi también me gustó porque se veían una mezcla de dos públicos totalmente diferentes pero que estábamos juntos por una misma razón, el campeonato de rap. Eso a mi personalmente me encantó, ver ese contraste fue lo máximo.

Ana: A mí me encantó ver como hicieron el microteatro porque eso fue algo que vieron en otro país y lo trajeron a su ciudad y salió bien porque estaba muy bien organizado.

David: Yo creo que esa cuestión de traer cosas nuevas de otras culturas hacia nuestro círculo es interesante porque a través del Poncho uno se autodescubre.

Ana: A mi me gusta como aprovechan los espacios públicos en cada Jornadas Magnéticas.

Gabi: A mi también porque se arriesgan y les sale bien.

CATEGORÍAS EMERGENTES

- **Comentarios generales, observaciones hacia el Poncho Magnético, medios por los cuales se enteraron de las actividades que realiza el Poncho, forma de percibir noticias culturales y factores para recordar una marca cultural**

GRUPO 1:

Dario: Es inusual volver a ver el streaming, sí sería mejor tener una cápsula de información de cada entrevista después de realizarla.

GRUPO 2:

¿De qué forma podrían mejorar la difusión de noticias del Poncho Magnético?

Fer: Yo creo que una de las formas de mejorar sería creando más contenido, como por ejemplo, generando material visual súper chevere y atractivo, eso genera un enganche con las personas a las que te estás enfocando, tu target. De esa forma te enfocarías más al nicho de mercado que consume el Poncho Magnético, personas que consumen cultura, eso haría que tu página tenga más movimiento.

David: no limitarse a lo que entendemos por cultura y arte, yo creo que podrían explotar el tema cultural un montón, por ejemplo, profundizar más y abrirse a nuevos campos como por ejemplo la cultura ancestral. Buscar más contenido y cosas poco comunes, por ejemplo, las personas que trabajan en metal a la subida del vado, tienen que explorar más ese tipo de áreas.

Tomas: Yo creo que es super importante generar contenido que tenga interacción en redes sociales, hacer trivias, preguntas enfocadas en el contenido que van a tratar en el nuevo programa o lo que vayan a hacer. Es importante eso porque así haces que las personas se involucren en el tema.

CJ: Tal vez para atraer un público nuevo, brindar cierta información que globalice lo que vas a hacer con el Poncho. Tienen que hacer contenido informativo y audiovisual que tenga capacidad de interacción, pero que sean cosas breves sin demasiada información que te haga ignorar el contenido.

Fer: Yo creo que no deberían enfocarse solo en Cuenca sino abrirse a escenarios nacionales también.

David: Para mi es importante que ustedes generen debate. Tipo micrófono abierto.

Ficha: Abrirse a nuevos públicos que son un poco reprimidos y no tomados en cuenta porque aquí solo paran bola al artista que ya es conocido y tiene su banda pero creo que más personas con el mismo talento pero por el hecho de ser pobre o tener mala facha ya

no le toman en cuenta. Hay artistas callejeros que son una parte olvidada del arte y en realidad son personas que trabajan duro y se preparan para dar shows.

CJ: Deberían hacer algo con las personas que hacen breakdance.

David: Insisto, generen debate con respecto a cosas de cultura por ejemplo, los gringos que limpiaron los graffitis de las calles, sabías que también que hay personas que hacen graffiti por su cultura callejera. Debe ser interesante ver las perspectivas de ambos grupos.

Fer: Siii, deben enfocarse en los puntos de vista distintos.

David: Yo creo que deberían profundizar las entrevistas y darles una visión más política al tema de la cultura. También deben explorar fuera de la burbuja de Cuenca.

Fer: deben sacar más contenido para que crezcan muchísimo más. Algo digital, conceptual o audiovisual.

Ficha: Profundizar las entrevistas y dejar a lado la superficialidad.

Tomas: Lleguen a más audiencia que no solo sea el publico que asiste a eventos de tema “alternativos”. Porque yo creo que la información que difunden tb deben llegar a otras personas por el nivel de contenido que hacen.

CJ: El hecho de que son dos mujeres quienes lideran el poncho, yo pienso que deberían explotar mucho más eso. Moverse a medios tradicionales y acercarse a las subculturas.

David: Insisto, profundicen más el tema de que ustedes son dos mujeres que están haciendo todo esto.

Tomas: Enfóquense en los pelados, porque ellos son el futuro y ahora ellos tb quieren involucrarse en la escena independiente.

¿Qué diferencia al Poncho Magnético de otras plataformas digitales?

Tomas: La autenticidad.

Fer: La naturalidad y su estilo.

Ficha: La identidad propia que han generado con el tiempo.

CJ: La figura pública que ustedes mismas han generado, como Itzel y Sofi. El nombre tb es llamativo.

David: Yo creo que algo bastante importante es resaltar que dos mujeres son las cabecillas de todo esto, del Poncho. Porque la cultura, históricamente ha sido algo dominado por los hombres y eso es algo importantísimo porque generan un espacio de reivindicación que sí deberían explotar ustedes dos.

¿Qué podría agregar al calendario de actividades de las Jornadas Magnéticas?

Fer: Agreguen actividades relacionadas con la naturaleza.

Sofia: Sí, eso sería interesante ver como el poncho lleva a todos los ciudadanos a la naturaleza y realizar una actividad ahí.

Ficha: Hagan una actividad como un Camping Fest. Pero sí sería interesante ver como se mueven hacia fuera de la ciudad. Algo como “Camping by el Poncho Magnético”,

Fer: Hagan una Pampamesa.

Tomas: Fuera chevere ver algo relacionado con la gastronomía. Hay lugares en Cuenca que tienen fusión de gastronomía ecuatoriana y fuera chévere que hagan algo relacionado con eso. Algo donde aprendas, no importa que cueste siempre y cuando sea un precio módico, pero pagaríamos por la experiencia.

¿Qué tipo de publicidad relacionadas con las Jornadas Magnéticas percibieron?

Ficha: Yo vi full cosas en Facebook.

Fer: Yo sé que vi afiches en algún lado.

Tomas: Yo también.

CJ: Afiches, Facebook, Instagram, conversaciones personales.

GRUPO 3:

¿De qué forma llama su atención las noticias de este ámbito?

Gabi: Yo pongo atención en la descripción.

CF: Cuando una persona poner “asistiré” en un evento, automáticamente sale en tu timeline y eso llama mi atención porque puedo ver qué personas están interesadas en eso.

David: Yo me fijo directamente en la imagen empleada para promocionar el evento, la línea gráfica. Entonces si es llamativa, me intereso y después empiezo a leer de qué se trata, el nombre de los eventos tb son importantes para mi.

Mou: El nombre para mi es importante.

Galindo: Yo creo que el contenido es importante, porque tiene que ser objetivo y llamativo.

David: Además las personas deben interesarse y solo poner “asistir” para que llegue mas información.

CF: A mi me llama la atención las cosas que ya son programadas y se hacen al menos una vez al mes. Porque es como tener una actividad fija para hacer.

¿Cuáles son los factores que hacen que ustedes recuerden una marca de difusión cultural?

CF: Que hagan entrevistas, y que generen su propio contenido como Indie Criollo. O que full páginas compartan las noticias que otras páginas hacen.

David: Primero el contenido, que me llame la atención y segundo, la forma en cómo publican ese contenido. No me gusta cuando hacen todo de la misma forma. Me gusta cuando agregan un toque personal en lo que hacen.

Gabi: Sí! Eso hace que recuerdes la marca por como es, más que por las cosas que comparte.

Vero: Pienso que deben ser responsables con las cosas que se compartan, tienes que ser una fuente verídica. No solo hacer contenido por hacer y llenar el feed, eso aturde.

Pablo: A mi me gusta mucho el contenido propio, no importa si replicas una historia, siempre y cuando la construcción de esa réplica sea propia. Como por ejemplo Pictoline, ellos replican una noticia de algún periódico pero lo hacen con un estilo propio que lo hace interesante. Deben ser responsables con el mensaje, si es que es una plataforma de cultura, se debe enfocar en MUCHOS temas culturales, y ser responsables con cada uso de las palabras porque cada palabra tiene un significado único y diferente, con el tiempo eso genera credibilidad en tu proyecto, contenido y marca.

Vero: Yo también soy fiel a las páginas que tienen contenido escrito, porque hay gente más visual y está bien porque puedes llegar fácilmente a ellos pero también hay personas a las que nos gusta leer. A mi me gusta ver una página que tenga contenido en el cuál te cuente una historia, una noticia, algo que haya pasado a través de algo escrito.

Ana: Claro, es como en Facebook que existen pequeñas notas pero en la gran mayoría no te cuentan todo completo. Prefiero una nota larga en la cual te cuenten todos los detalles habidos y por haber del contenido que estés difundiendo.

Pablo: A mi me gusta una página que se llama Radio Ambulante, es chévere porque los manes hacen podcast, que es una cuestión completamente auditiva, y también hacen resúmenes en español y en inglés.

Vero: La página de “Indie Hoy” es chévere porque su contenido está totalmente sincronizado con su página web, entonces para las personas que no tenemos Facebook, el algoritmo de Instagram hace que nos mantengamos totalmente informados porque las páginas están ligadas. Eso es importante, una página web.

CF: Para mí también es importante que suban contenido continuo porque las personas suelen olvidarse de la página.

¿Cuáles son sus programas radiales favoritos?

CF: Discos Paraíso, El Interruptor, La Voz del Tomebamba.

Pablo: Me gusta la Radio Ambulante, y MPR de USA, me gusta los podcasts que tienen.

Ana: 107.7 Radio Quito.

Vero: Yo escucho uno que se llama Háblame Sucio, es una página que habla solo de temas Tabús.

¿De qué forma se enteraron de las Jornadas Magnéticas?

Vero: El nivel de producción que hacen todos los años es interesante, son ambiciosas chicas.

Pablo: A mi me gusta ver la comunicación que llevan de toda la post producción porque genera expectativa, es interesante. Como que se nota que cada vez van a un nivel más alto.

Gabi: La imagen gráfica es todo, es llamativa pero también es específica. Yo me entero de todo solo por el afiche.

CF: Creo que es importante comunicar las personas que fueron parte del equipo de una manera más explícita.

¿Cómo podrían describir la calidad de los eventos que realiza el Poncho Magnético?

Ana: A veces es necesario explicar mucho más cómo funcionan las cosas

CF: Yo cada vez me sorprendo más de ver como sacan tantos auspiciantes. Para mí eso es WAO, fijarse en todos los detalles que pusieron, eso demuestra que tienen interés y que eso les toma full tiempo.

Pablo: Llamar más atención de las personas que participa con ustedes, son personas que tienen maestrías y es importante destacar el nivel de profesionalismo que ellos tienen. Eso por un lado,

¿Qué podrían agregar al calendario de las Jornadas Magnéticas?

CF: Talleres, cosas donde se involucre el público y participe activamente de ello.

Ana: Conversatorios.

David: Más performance.

Gabi: Yo creo que deben mantener una actividad fija todos los años.

Vero: Yo pienso que deben involucrar más a los estudiantes que tienen proyectos realizados en las aulas. A veces se quedan unos proyectos fabulosos olvidados en las aulas, en las casas, podridos, en la basura. Cosas locas que deberían tener más valor en en la ciudad.

David: Tal vez deberían abrir una categoría hacia las personas que tienen proyectos personales. Deberían tener un infiltrado en la universidad quien filtre y pase la voz de los proyectos.

Gabi: Activación con el público eso es súper importante.

Vero y CF: Así involucras muchísima más gente.

CF: Involucren más la literatura.

Ana: Cosas matiné para niños, títeres, contar cuentos, etc.

David: yo discrepo en eso de que el Poncho debe tener una actividad fija todos los años, lo chévere del Poncho es que tienen siempre nuevas propuestas y eso es hermoso. Los tres años que llevan realizando las Jornadas Magnéticas se han caracterizado por ofrecer cosas nuevas y así se han consolidado como un festival de cultura. Eso ha hecho que cuando nos enteramos que cada año van a haber Jornadas, digamos wao, qué habrá este año.

Vero: Yo pienso que el “proyecto piloto” se acabó. Este rato o emerge el Poncho o se queda en un proyecto piloto.

CF: Deben monetizar. Estaba pensando en que ustedes hacen colaboraciones con artistas, que de verdad tienen un nivel de profesionalismo incluso conocido a nivel mundial. Pero deberían aprovechar eso para sacar más fondos porque siempre se

necesita para seguir creciendo profesionalmente haciendo lo que les gusta hacer. Al menos a mí si me gustaría aprender para evolucionar en mi aprendizaje.