



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRANSMEDIA: PONCE ENRIQUEZ...TAL Y COMO ES

GARCIA OCHOA DENISSE FERNANDA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

VERA RUEDA WENDY XIOMARA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRANSMEDIA: PONCE ENRIQUEZ...TAL Y COMO
ES

GARCIA OCHOA DENISSE FERNANDA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

VERA RUEDA WENDY XIOMARA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

NARRATIVA TRANSMEDIA: PONCE ENRIQUEZ...TAL Y COMO ES

GARCIA OCHOA DENISSE FERNANDA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

VERA RUEDA WENDY XIOMARA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

MACHALA, 29 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA
2021

MI PONCE

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

es.wikipedia.org

Fuente de Internet

<1 %

2

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

3

www.derechoecuador.com

Fuente de Internet

<1 %

4

repositorio.utmachala.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

5

Submitted to Universidad Nacional del Centro
del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

6

ar.onlinestudies.com

Fuente de Internet

<1 %

7

difusoribero.com

Fuente de Internet

<1 %

8

es.shakira.com

Fuente de Internet

<1 %

9

www.aquiejea.com

Fuente de Internet

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, GARCIA OCHOA DENISSE FERNANDA y VERA RUEDA WENDY XIOMARA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado NARRATIVA TRANSMEDIA: PONCE ENRIQUEZ...TAL Y COMO ES, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 29 de septiembre de 2021



GARCIA OCHOA DENISSE FERNANDA
0107034019



VERA RUEDA WENDY XIOMARA
0931370274

DEDICATORIA

Dedicó con todo el amor del mundo este proyecto de titulación a mis padres y padre celestial, quienes fueron pieza fundamental para poder culminar este trabajo, que no fue fácil sin embargo supieron guiarme hasta obtener el resultado final, también hasta al cielo se lo dedicó a mis abuelitos que siempre estuvieron dándome ese apoyo incondicional hasta el último suspiro de sus vidas. El resultado de mi tesis ha sido Gracias a ustedes, les debo eso y mucho más.

Xiomara Vera

Este trabajo de titulación es dedicado de todo corazón a Dios y a mis padres, quienes son las personas que en realidad les debo toda mi carrera universitaria, quienes con esfuerzo a diario se levantaban junto a mí para dar inicio un día más de clases, mi mamá que vivía esas madrugadas junto a mí y salía a diario a dejarme hasta una parada de bus a las 5 de la madrugada para que no me suceda nada, mi padre que todos los días iba hasta una montaña a trabajar poniendo en fuerza su estado de salud todo para poder obtener su pago mensual, sin embargo esto también se lo dedico al resto de mis familiares y amigos que estaban a diario en el transcurso de esta meta, que cuando no tenía eran las primeras personas en recurrir y no podía faltar mis docentes a quienes les debo mis pequeños triunfos, que hicieron que la timidez perdiera y hoy por hoy sea una triunfadora con una carrera que es mi pasión entera.

Denisse García

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme estar con vida para verme crecer de manera profesional, luego a mi familia y amigos que sin su apoyo no hubiese podido llegar al punto en el que me encuentro. No fue fácil culminar con este trabajo, sin embargo, siempre fueron un apoyo incondicional en cada momento solicitado. También quiero dar un fraterno agradecimiento a cada uno de mis docentes por ayudarme a forjar mis conocimientos adquiridos y finalmente a mí, por cada día aprender de mis errores y no a desmotivarme hasta lograr la finalización de este proyecto. Gracias totales.

Xiomara Vera

Agradezco rotundamente esta tesis a esas personas luchadoras, a quienes me han demostrado que los esfuerzos de muchas personas hoy son recompensados, por eso agradezco eternamente a Dios quien siempre me dio la fuerza para luchar por mis sueños, a mis padres quienes fueron esas personas que estuvieron día a día luchando y trabajando fuerte para que yo pueda culminar mi carrera universitaria y finalmente a grandes amistades que estuvieron presentes en grandes oportunidades que la vida ha sabido darme dentro de mi carrera, por ser esas personas que se mantenían orgullosos de mí día a día con su frase “Te admiramos tanto Denisse, llegarás lejos” y ha sido la frase que hoy me tiene triunfando y con muchas ganas de llegar hasta a internacionalizarme.

Denisse García

RESUMEN

Ponce Enríquez...tal y como es, es una propuesta transmedia en la que se busca promover la identidad del cantón Camilo Ponce Enríquez, ya que durante años su imagen se ha visto empañada por conflictos políticos, de minera y la contaminación que existe en la zona, dejando de lado los atributos y significados potenciales que tiene este territorio, por ende, no se le ha dado el verdadero espacio de difusión que requieren.

Los objetivos planteados para el desarrollo de este trabajo se basan en establecer las plataformas digitales adecuadas para difundir el contenido transmedia, elaborar productos comunicacionales en base a los escenarios sociales y analizar la eficiencia del contenido durante el periodo de publicación. Por ello se da una investigación amplia de la problemática, usando metodología cuantitativa y cualitativa, con la aplicación de entrevistas, *focus group*, sondeo, observación y monitoreo.

Durante la fase de indagación se contó con la participación de profesionales en el ámbito de comunicación digital, cultural y de narrativa quienes abordan la temática desde conceptos teóricos y técnicos. A este grupo se suman egresadas en comunicación social que han desarrollado proyectos transmedia y conoce el trabajo que se debe hacer en campo para obtener resultados eficaces con valor para el objeto de estudio.

Como piezas claves se encuentran también los habitantes y personajes del territorio que son los portavoces del sentir del pueblo ponceño, que tiene la necesidad de mostrar la diversidad que ofrece su tierra, pero que se ha opacado por aquellos problemas que no los representan. A través de la información recopilada se identificaron los escenarios sociales que engloban cada una de las características de este lugar. Siendo estos Mi Ponce, Belleza Natural, Mis Raíces, Fusión de

Sabores y Ponceños. Cada uno de estos escenarios reflejan lo más característico de este mágico azuayo que tienen mucho por mostrar al mundo.

Considerando estos escenarios se elaboraron productos comunicacionales como videos cortos, promocionales, fotografías, reportajes, transmisiones en vivo y podcast, que fueron publicados en las redes sociales Facebook e Instagram, como también en la plataforma digital Anchor Fm. Además, para promocionar esta propuesta se realizó una gira de medios locales dando conocer a la población sobre la importancia de esta narrativa transmedia y de su participación para visibilizar al territorio.

Los resultados obtenidos fueron óptimos, ya que se logró un *engagement* del 13% y 130 seguidores en Instagram y en Facebook un 20% de *engagement* y 418 seguidores, esto con tan solo 12 días de publicación que se dieron, bajo una planificación previa. Los seguidores dentro de estas redes sociales y plataforma han pasado de ser netamente consumidores a prosumidores, es decir que se unieron a la propuesta y la asumieron como suya para construir bases sólidas y seguir creciendo ante la mirada de la audiencia local, nacional e internacional.

Sin duda alguna, esta narrativa transmedia logró que un pueblo sienta a sus raíces, su historia y se reencuentre con el valor de su tierra, que es más valioso de lo que pensaban o de lo que les habían hecho creer.

Palabras claves: Identidad territorial, narrativa transmedia, escenarios sociales.

ABSTRACT

Ponce Enríquez...tal y como es it is carried out as part of a transmedia proposal that seeks to promote the identity of the Camilo Ponce Enríquez canton, which has been highlighted for its mining work and the pollution problems that exist in the area , leaving aside its attributes and meanings.

For this reason, a broad investigation of the problem is given, with the participation of professionals in the field of digital, cultural and narrative communication who approach the subject from theoretical concepts. This group is joined by graduates in communication who have developed transmedia and has the experience in this field of action.

However, as key pieces are the inhabitants and characters of the territory who are the spokesmen for the feelings of the Ponce people. Through the information collected, the social scenarios constituted such as My Ponce, Natural Beauty, My Roots, Fusion of Flavors and Ponceños were identified. Each of these scenarios reflect the most characteristic of this magical azuayo.

From the social scenarios, communicational products such as short videos, promotional videos, photographs, reports, live broadcasts and podcasts were developed, which were published on the social networks Facebook and Instagram, as well as on the Anchor Fm digital platform. The performance obtained good success, since an engagement of 13% and 130 followers were achieved on Instagram and a 20% engagement on Facebook and 418 followers in just 12 days of publication.

Undoubtedly, this transmedia narrative made a people feel their roots, their history and reconnect with the value of their land, which is more valuable than they thought.

Keywords:

Territorial identity, transmedia narrative, social settings

CONTENIDO

RESUMEN	iv
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I.....	11
CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO.....	11
1.1. Ámbito del estudio: Caracterización	11
1.2. Planteamiento del problema	14
1.3. Localización del problema y objeto de estudio	14
1.4. Problemas complementarios	15
1.5 Hechos de interés	15
1.5.1 Mundo de la narrativa para promoción de la marca ciudad	15
1.5.2 Narrativa del GAD Municipal Camilo Ponce Enríquez	16
1.5.3 Narrativa Transmedia Torata de historias y valientes	17
1.6 Población y muestra	18
1.7 Objetivos de investigación	18
CAPÍTULO II	19
DIAGNÓSTICO	19
2.1. Concepción teórica del diagnóstico	19
2.2. Descripción del ciclo diagnóstico	23
2.3. Instrumentos de recolección de datos	23
2.4 Técnicas e instrumentos para el diagnóstico	23
2.5 Cronograma de actividades	25
2.6 Resultado diagnóstico	25
CAPÍTULO III.....	31
PLAN DE ACCIÓN	31
3.1. Identificación de la intervención	31
3.2. Fundamentación teórica de la intervención	31
3.3. Objetivo de la intervención	34
3.4. Planes de Intervención	34
3.5 Acceso a la tecnología	38
3.6 Propuesta de evaluación y control de intervención	56

CAPÍTULO IV	57
RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN	57
4.1. Descripción y contrastación teórica de los objetivos de la intervención	57
4.1.1 Análisis de resultados Fan Page Facebook	57
Este producto audiovisual destaca la canción de Bismark Cedeño denominada Ponce del Alma con tomas de lugares representativos del cantón, a su vez este mensaje de amor por su tierra hecha canción alcanzo 5054 reproducciones, 109 reacciones y 10 comentarios.....	60
Figura 42: Don Ernesto Ochoa, personaje icónico del cantón	61
.....	61
Figura 43: Comunidad de Bella Rica	62
.....	62
.....	62
La fotografía del recuerdo sobre la comunidad de Bella Rica en 1995, fue una de las publicaciones que tuvo buen rendimiento con 29 reacciones y 19 comparticiones.	62
4.1.2 Análisis de resultados en Instagram	62
Este video promocional fue el que obtuvo mayor respaldo en Instagram, con un total de 110 reproducciones y 40 likes. La promo Ponce Enríquez...tal y como es, fue una de las primeras publicaciones realizadas.	64
Figura 47: Video corto	64
.....	64
4.1.3 Análisis de resultados Anchor Fm	64
4.2 Conclusiones	66
4.3 Recomendaciones	69
Referencias	71
ANEXOS	74

INTRODUCCIÓN

La narrativa transmedia ofrece una amplia gama de características de un objeto de estudio, este proceso se da mediante el arte de contar historias a través de diferentes plataformas, en las que se difunde contenido basado en la participación de los personajes y valores que los representan (Camacho & Segarra, 2019).

La funcionalidad y beneficios que ofrece una narrativa transmedia, hacen que se conviertan en unas de las estrategias más versátiles para promocionar contenido de distintas áreas, teniendo un alcance mayor. Por ello, se adaptó este modelo a la realidad que vive el Cantón Camilo Ponce Enríquez que ha sido considerado como un pueblo netamente minero por propios y extraños, dejando de lado otras características. Además, a esto se suman los conflictos mediáticos que se dan por la contaminación de los ríos del cantón.

- **Aporte social:** Este trabajo ayuda a dar promoción a la identidad territorial del cantón Camilo Ponce Enríquez. Y reconocer los distintos escenarios sociales que son parte de territorio.
- **Aporte académico:** Es de gran aporte para los estudiantes que emprendan este tipo de proyectos, ya que se requiere de amplios conocimientos integrados para obtener resultados óptimos. Los procedimientos usados van desde el tratamiento de información, investigación de campo, producción, edición, monitoreo de contenido, entre otros.
- **Aporte profesional:** Los resultados obtenidos durante el desarrollo de este proyecto, serán la base de próximas estrategias que se den en el cantón en lo que respecta al ámbito comunicacional. Debido a que se encuentra inmersa la opinión y sentir de los habitantes de este territorio.

- **Viabilidad:** A pesar de las limitaciones de tiempo y las restricciones por Covid-19 se pudo dar continuidad a la propuesta transmedia.
- **Talento humano:** Los habitantes del territorio formaron parte de la narrativa transmedia a través de sus historias y experiencias. Además, se contó con el respaldo de los profesionales en el ámbito comunicacional y de producción que siguieron de cerca la dinámica realizada en las plataformas digitales.
- **Recursos financieros:** La parte económica fue cubierta por el equipo de investigación en su totalidad, debido al corto plazo de publicación no se integró a auspiciantes.
- **Recursos Materiales:** Para la producción del contenido, se usó cámaras profesionales, micrófonos, micrófono corbata, trípode y computador.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1. **Ámbito del estudio: Caracterización**

La identidad territorial del Cantón Ponce Enríquez se ha basado durante años por la producción y riqueza de sus tierras en cuestión de minería. Sin embargo, esto no es todo aquello que representa a este cantón azuayo, ya que hay historia que merece ser destacada, los valores de su gente y el trabajo en otras áreas del territorio.

Camilo Ponce Enríquez, a lo largo de su historia ha tenido hitos importantes para la construcción de lo hoy es esta tierra fecunda, en sus inicios era conocida como “Río Siete de Mollepongo” que provenía de la combinación de palabras quechua molle=árbol y pongo=puerta, que daban como resultado “Puerta del Árbol”. Esta era una zona de observación y espionaje para las regiones de la costa y sierra (Cantón Camilo Ponce Enríquez, 2021).

A inicios de 1959, era tan solo una parroquia llamada Santa Isabel, que era ocupada por pobladoras que se dedicaban a la producción de cacao, banano y ganadería. Pero solo bastó un tiempo, para que en marzo del 2002 sea considerada oficialmente como el cantón Camilo Ponce Enríquez.

Y al preguntarse de su nombre actual, este se debe al Dr. Camilo Ponce Enríquez un hombre de gran personalidad cultural, intelectual y humanística, quien en el periodo de 1956-1960 era Presidente del Ecuador.

La cultura de este territorio está basada en la relación estrecha con otras poblaciones, que apostaron por vivir en este lugar y ser parte de la magia que envuelve a sus tierras, como sus paisajes, atractivos naturales, riqueza, valores religiosos y su gente.

Los símbolos cantonales plasman las riquezas del lugar, acompañados de los colores rojo, amarillo y verde que se combinan en estas piezas graficas como parte visual de la marca territorial. Además, el himno al cantón que entre su letra destaca la labor minea, el trabajo, dedicación y lucha de su gente por mejor porvenir. Los mismos que son adjuntados a continuación.

Figura 1: Bandera del cantón Camilo Ponce Enríquez



Recuperado: Página Web Camilo Ponce Enríquez

Figura 2: Escudo del cantón Camilo Ponce Enríquez



Recuperado: Página Web Camilo Ponce Enríquez

HIMNO AL CANTÓN

I

CON LAS ALAS DEL CONDOR ANDINO
Y LOS HIMNOS TRIUNFALES DEL MAR,
/PONCE ENR´QUEZ ES PATRIA Y CAMINO,
PUEBLO EGRECIO DE SANFRE ESTELAR. /BIS

II

SU PROGRESO HA CRUZADO FRONTERAS
SON SUS HOMBRES EL GRAN PORTEBCIAL
TIERRA LIBRE DE GLORIAS PIONERAS

III

LAMINADOS DE ORO SU SUELO
EL PLANETA SE RIENDE A SUS PIES.
EL MINERO CON LUCES DE CIELO
EN GALAXIAS EXTRAE LA MIES

VI

LOS FRUTALES DIFUNDEN SU REINO EN
IDIOMAS DE PAZ Y DULZOR
CON SU NÉCTAR EL TRIUNFO ES ETERNO
A LUCHAR POR UN NUEVO ECUADOR

V

CONVIVENCIA FRATERNA EN LOS DÍAS
DE AMISTAD, ALEGRÍA O DOLOR;
PONCE ENRÍQUEZ, CANTÓN DE UFANÍAS
ES JUSTICIA, TRABAJO Y AMOR

Recuperado: Página Web Camilo Ponce Enríquez

1.2. Planteamiento del problema

El cantón Camilo Ponce Enríquez es un territorio azuayo conocido por su riqueza de minerales y la minería a gran escala que se desarrolla en el lugar. Inclusive parte del himno cantonal hace referencia en su letra a esta labor a la que se dedica gran parte de su población. Sin embargo, el territorio cuenta con otras áreas que no son destacadas como la parte turística, cultural, histórica, gastronómica, agrícola, entre otros.

Esto se debe a una serie de factores, uno de ellos el desconocimiento sobre la historia y fundación del lugar, información que reposa en la página web del cantón, pero no es expuesta en otros espacios de fácil acceso como las redes sociales. Los símbolos cantonales se encuentran también en esta página, pero no se adjunta información como sus autores o su significación que es de suma importancia para el reconocimiento del valor simbólico de estos.

¿Cómo promocionar los nuevos escenarios sociales del cantón Camilo Ponce Enríquez a través de una narrativa transmedia?

1.3. Localización del problema y objeto de estudio

Mediante un análisis previo y siendo parte de la población del cantón Camilo Ponce Enríquez, se logró identificar una de las problemáticas en el área comunicativa, específicamente en el contenido que se proporciona de este territorio, que se limita a mostrar la minería y la gestión de la parte administrativa. Sin embargo, es necesario que se puede conocer otras bondades y destacar la parte histórica que tiene, para no dejar en el olvido aquello que conecta con los inicios de una tierra llena de tradiciones y lucha.

Por ende, el objeto de estudio de este trabajo académico es la población del cantón Camilo Ponce Enríquez ubicado en la provincia de El Azuay. A partir de las emociones más profundas de los

ponceños para con su tierra se reconocen las áreas sociales que engloba a este lugar y que son parte de esta investigación.

1.4. Problemas complementarios

- ¿Cómo desarrollar una propuesta transmedia para visibilizar los escenarios sociales del cantón Camilo Ponce Enríquez?
- ¿Cuáles son los escenarios sociales para la propuesta?
- ¿Cómo interactuar con los usuarios para que se sumen a la narrativa transmedia?

1.5 Hechos de interés

1.5.1 Mundo de la narrativa para promoción de la marca ciudad

Con el avance tecnológico y la adaptación a nuevos espacios de interacción se ha fundamentado aún más el marketing territorial que busca promocionar las características particulares de un territorio como tal. Es el caso del trabajo que se realiza en Valledupar una ciudad de Colombia, en el cual se busca promocionar la marca ciudad incluyendo un manual y guía de marketing con un el uso de aplicación móvil (Andrade, 2016).

A través de esta herramienta los turistas podrán conocer los encantos de este territorio con tan solo un clic desde su celular. Además, analizar las recomendaciones del lugar y el servicio que se ofrece, mediante la calificación y comentarios que ofrecen los visitantes en el sitio web. Mediante el desarrollo de este trabajo y la gestión de su marca se logró mejorar de forma significativa la competitividad de la ciudad (Andrade, 2016).

Los territorios tratan de adaptar estrategias comunicativas para mantenerse presentes en las plataformas digitales, esto debido al alcance que tienen y su inmediatez.

1.5.2 Narrativa del GAD Municipal Camilo Ponce Enríquez

Desde esta red social se maneja el contenido de la parte administrativa del cantón Camilo Ponce Enríquez específicamente sobre la gestión y eventos que se realizan, lo interesante de este sitio es que se mantiene activo de forma permanente y ofrece contenido diverso. La información se publica de forma diaria y se da un resumen semanal de las actividades en un espacio denominado “El Amigo del Pueblo”.

A continuación, se detallan los espacios principales que se comparten:

- ***Dejando Huellas con Baldor***, un segmento destinado a labor social
- ***Asistencia técnica***, programas de capacitación a los agricultores y ganaderos
- ***Atención psicológica***, este servicio se ofrece a los usuarios de los proyectos sociales municipales
- ***Proyecto de Reactivación***, en lo que respecta a las actividades deportivas y culturales
- ***Gestión***, se muestra los avances de mantenimiento, mingas, visitas técnicas, entre otras actividades.

Actualmente, la página oficial cuenta con un total de 21.938 seguidores y se constituye como la página oficial de la Alcaldía de Camilo Ponce Enríquez junto a Baldor Bermeo. Su lema político se basa en #ObrasNoSoloPalabras!

Es importante resaltar que una de las estrategias que dan mayor rendimiento son las transmisiones en vivo, ya que se usan para enlazar en directo a la población con aquello que están realizando desde la municipalidad. El manejo de esta red social se da desde el equipo de comunicación del GAD Municipal.

1.5.3 Narrativa Transmedia Torata de historias y valientes

Este trabajo de titulación baso su investigación en la parroquia Torata del cantón Santa Rosa, en la que se aplicó una narrativa transmedia como respuesta a la falta de interés y significación de la parte histórica, cultural, turística y simbólica de este territorio. Mediante la identificación de 4 mundos narrativos que nace de las características del territorio y en base a ello difundieron contenido en 3 plataformas digital alcanzando más de 26,628 perfiles de usuarios que engancharon la narrativa. El desarrollo de la propuesta logró visibilizar la identidad competitiva de la parroquia Torata y obtener resultados beneficiosos para su población, que se había convertido en lugar de paso con poca promoción de sus atractivos, sin embargo se mostró un Torata lleno de historia, costumbres, tradiciones y gente de ñeque (Ramón, 2021).

1.6 Población y muestra

Según el último censo desarrollado en el 2010, “la población del cantón Camilo Ponce Enríquez, es de 21.998 habitantes” (INEC, 2010). Y la muestra seleccionada para este trabajo de investigación es no probabilística ya que su participación se da en juicio subjetivo, dependiendo de su intención y accesibilidad en cuanto al tema.

1.7 Objetivos de investigación

General

Elaborar una propuesta de narrativa transmedia para potenciar la identidad territorial del cantón Camilo Ponce Enríquez.

Específicos

- Establecer las plataformas digitales adecuadas para difundir el contenido transmedia.
- Elaborar productos comunicacionales para las distintas plataformas en base a los escenarios sociales.
- Analizar la eficiencia del contenido y actividades realizadas durante la narrativa transmedia.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Concepción teórica del diagnóstico

Inicialmente se debe analizar de qué trata la identidad territorial que está compuesta por varios elementos particulares de un lugar en específico. Éste es constituido como un identificador que lo diferencia de otros y además agrupa las características principales que tiene para formar una base sólida de identidad, de aquello que engloba lo que es y lo que se desea mostrar (Magaña & Padín, 2016).

Esta definición podría ser compleja de entender, pero se trata de un conjunto de requisitos que deben determinarse dentro de un territorio para ser relacionados y crear una representación adecuada.

Bajo esta línea también se suma la geografía que es parte de uno de los procesos de identificación del territorio, en donde se dan a conocer las percepciones, apreciaciones y valoraciones del espacio. En los que se consideran los modos de vida de la población y las actividades que se llevan a cabo, ya que estos registros dan paso a la construcción de una identidad territorial (Espinoza, 2017).

Inmersos dentro de la identidad territorial se encuentran los escenarios sociales que son parte de puntos etnográficos en los cuales se visualiza los espacios de interacción de las personas, prestando además suma atención a la función simbólica del mensaje y lo que se logra en esta esfera social comunicativa (Ortega, 2017).

Además, los escenarios sociales son considerados como un sentido de pertinencia que se da en el lugar, en el que las personas se interrelacionan entre sí. En ese grupo también se incluyen las

vivencias que dan significación cultural al territorio y aportan con lo representativo del lugar, ya que son actividades que tiene un apego emocional con la población (Aguilera & Medina, 2017).

Los imaginarios y escenarios sociales son la forma y el sentido desde donde funciona la perspectiva de las personas que son parte de un territorio, por ello es importante entender la realidad social que se vive. Los actores o personajes del lugar, son quienes juegan un papel fundamental dentro de esta identificación, ya que poseen los conocimientos particulares del espacio y así se identifican los aspectos tanto físicos y símbolos que engloban al territorio (Flores, 2007).

Estos son la representación del conjunto de valores, actividades, acciones y mensajes que se son por parte de la población. Sin embargo, con el avance de la tecnología estos son llevados a la socialización en el aspecto digital.

Con el boom de la tecnología y el desarrollo digital se han tenido que estudiar a los escenarios de socialización a través de nuevas plataformas, que buscan innovar el espacio de investigación etnográfica dando lugar a la adaptación de los espacios físicos y virtuales. En estos espacios se busca entender a la población y sus representaciones (Domínguez, 2012).

Entender los escenarios sociales, puede resultar una tarea compleja, ya que existe un proceso de comprensión e intersección del ámbito social, por ello para identificar estos se deben aplicar las estrategias de investigación en campo, donde se conozca de cerca los patrones de comportamiento que se visibiliza en la cotidianidad de los grupos (Carballeda, 2017).

A más de identificar los escenarios sociales se puede construir o reconstruir estos, como parte de un método en donde se ordenan las percepciones acerca del entorno y se da sentido a la participación de la población. Éstos escenarios forman parte de los instrumentos desde donde se visibiliza la concepción de mensajes y la retroalimentación (Forigua, 2018).

La identidad patrimonial es parte de la identidad de los ciudadanos que se busca conservar a través de simbolismos y un sentido de visión hacia el desarrollo, en el que no se dejen de lado las características principales de la identidad. Y se dé espacio a expresiones propias, como en el caso de los territorios las tradiciones, costumbres, cultura y de sentido de pertinencia (Moreno, García, & Espejo, 2018).

Al tener como objeto de estudio al cantón Camilo Ponce Enríquez se debe estudiar los conceptos bases sobre una marca ciudad, para así hacer un buen manejo de la identidad ya establecida.

El City Branding es una de las estrategias más conocidas para promocionar a los territorios, ya que hace que los pueblos ingresen en una transformación hasta convertirse en marca. Abriendo a su vez un abanico de oportunidades para su posicionamiento y para el crecimiento social, económico y turístico diferentes áreas turísticas económicas y sociales (Torres, Gonzales, & Manzano, 2020).

La marca ciudad es parte de un proceso donde se identifican los atributos, valores y simbología de una ciudad, componentes que permiten diferenciar un territorio con otro. Dentro de esto, está la percepción de la imagen, que debe cumplir con varios requerimientos para representar de mejor forma lo que constituye la ciudad y acoplar elementos que permita a la audiencia sentirse identificada (Cruz, Romero, & Zamarreño, 2017).

Una marca ciudad va más allá de lo que se piensa, ya que busca no sólo potenciar los atractivos más destacados, si no busca mediante un propósito llegar a las áreas en la que no se ha indagado y a las que no se le ha brindado la atención necesaria.

La marca ciudad debe componerse de aspectos creativos donde las personas se involucren y se dé la retención de su atención, de esta forma se puede brindar información adecuada a las

necesidades del público objetivo, desde donde se dé la oportunidad de participar al público (Irigoyen, 2017).

Otros de los términos que se acopla a la temática de estudio, es la marca territorial concebida como la oportunidad que tienen los territorios para mostrarse al mundo. Logrando posesionar su identidad e imagen competitiva ante otros lugares. No se trata de una riña entre territorios, sino en lograr destacar entre las oportunidades y fortalezas que los caracterizan (Sánchez, 2017).

Considerando estos conceptos bases se procede a conocer datos teóricos sobre la narrativa transmedia que es la propuesta a desarrollarse en este proyecto.

La narrativa utiliza como respaldo al storytelling, que trabaja sobre el lema de contar historias y llevar a la audiencia a un nivel emocional en el que se sientan parte del hecho, convirtiéndose en consumidores y prosumidores del contenido que se ofrece en las distintas plataformas digitales. Que acoplados a las características identificadas en el proceso de indagación (López-Hermida, 2016).

Para la narrativa transmedia no existen limitaciones, ya que ofrece un amplio panorama de oportunidades por la convergencia digital que desarrolla. Dejando de lado la brecha digital y dirigiendo estrategias en las que se integran lenguajes y sistemas semióticos, en base a las necesidades del público objetivo (Molas-Castells & Rodríguez, 2017).

Las nuevas textualidades y estéticas que presenta este proceso comunicativo da paso a una convergencia tecnológica y cultural en donde se involucran los medios de comunicación y los personajes, interactúan entre sí y promueven nuevas prácticas como parte del entorno narrativo de las historias contadas (Amador, 2018).

Las habilidades de las personas salen a flote al momento de la narración de historias involucrándolos en ejes de comunicación y persuasión en el que se generan diferentes ideas respecto al objeto de estudio. En este grupo se encuentran también las narrativas personales en las que se relatan los sucesos significativos de la vida cotidiana, que no pueden dejar de lado las emociones y las interpretaciones que existen (Benavides & Mendoza, 2020).

2.2. Descripción del ciclo diagnóstico

En esta fase del proyecto de investigación se analiza contenido bibliográfico sobre el tema y conceptos claves que se abordan para desarrollar este tipo de propuestas de narrativa transmedia. A esta información se suman datos recopilados con los distintos instrumentos diagnósticos, para tener un panorama amplio de la situación actual del cantón e histórica.

2.3. Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos que se aplicaran permiten entender de mejor forma el contexto del objeto de estudio y la problemática planteada. La adecuada aplicación de estos recursos garantiza la calidad de la información para diseñar un plan de acción que cumplan con los estándares y cumpla con los objetivos planteados. El método es de carácter cualitativo y cuantitativo, ya que se trabajan con datos numéricos y teóricos.

2.4 Técnicas e instrumentos para el diagnóstico

- **Revisión Bibliográfica:** En esta técnica de investigación se analiza información de distintas fuentes bibliográficas referente al tema de narrativa transmedia, identidad y marca territorial, mundos narrativos, redes sociales y otros conceptos relacionados a la temática, los escenarios sociales del cantón Ponce Enríquez.

- **Análisis de contenido:** Se hace un análisis sobre la red social principal del GAD Municipal de Camilo Ponce Enríquez para conocer la narrativa que utilizan en su contenido, la interacción y la caracterización de significados que le dan al territorio.
- **Grupo Focal:** Como parte del modelo de investigación se llevan a cabo dos grupos focales de 8 integrantes cada uno, integrado con los habitantes del lugar, entre ellos jóvenes y adultos que tienen una perspectiva diferente de su territorio y sus significados. Esta técnica se aplica como parte de la identificación de los escenarios sociales que se componen por experiencias, hechos históricos y culturales que mantiene vivo la identidad de este lugar. Esta dinámica se llevó a cabo mediante una reunión de zoom.

Este instrumento se usó también con el grupo de egresadas que han desarrollado proyectos de narrativa transmedia, para dialogar sobre su experiencia, el tratamiento de contenido realizado, plataformas usadas, expectativas, resultados y recomendaciones.
- **Entrevistas: items** Se diseñó un banco de preguntas que son dirigidas a representantes municipales en el área de turismo, deporte y cultura, profesionales en el tema transmedia y cultura digital, líder de opinión, músicos, entre otros. Para conocer su punto de vista en cuanto al papel que desempeñan en el territorio.
- **Observación:** Este proceso se da durante las visitas a los distintos lugares que se comprenden para registrar las entrevistas y demás contenido. Considerando una relación estrecha con la gente como promotores de valores y características particulares de los habitantes del lugar.
- **Sondeo:** Mediante el uso de la herramienta de Google denominada Formulario se plantean 8 preguntas que son direccionadas a 65 habitantes del cantón Camilo Ponce Enríquez. Se

envía de forma virtual el link correspondiente para que de forma anónima los usuarios respondan las interrogantes.

De igual forma se aplicó una encuesta online a 216 ponceños, para conocer sobre su conectividad y las plataformas digitales que usan.

2.5 Cronograma de actividades

Tabla 1: Planificación de actividades

ACTIVIDADES	MES			
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Socialización de ideas y planificación de trabajo	X			
Investigación previa del tema	X			
Análisis de contenido		X		
Aplicación de instrumentos de indagación		X	X	
Grabación y edición de contenido			X	
Publicación de contenido				X
Análisis de resultados				X

Fuente: Autoras

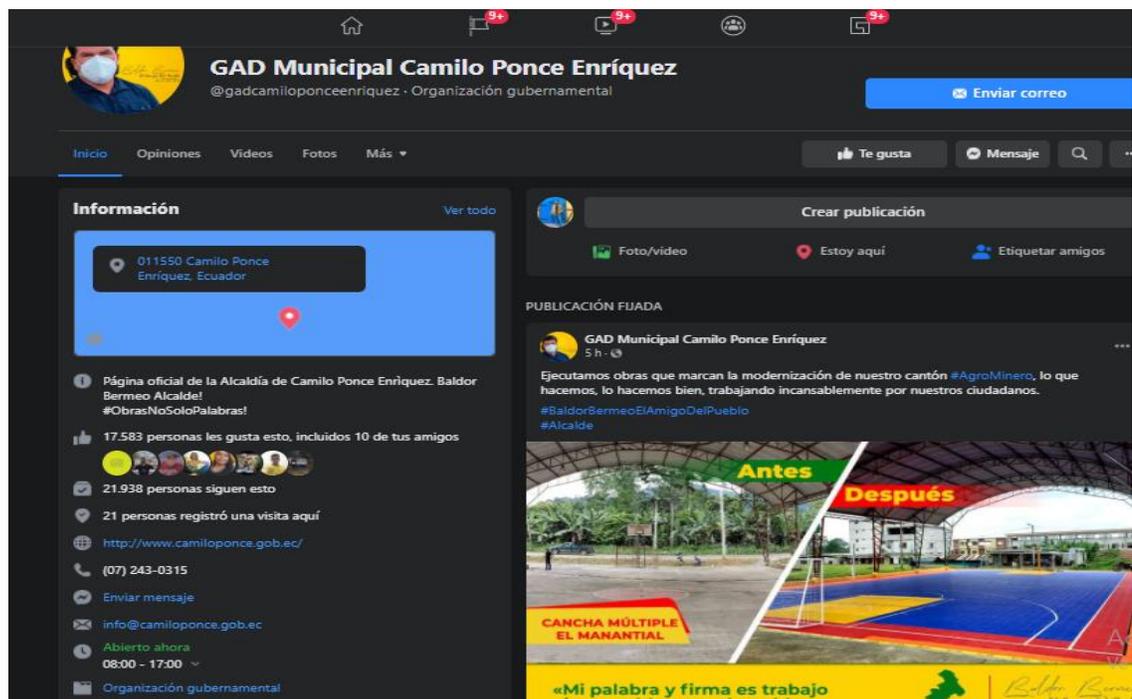
2.6 Resultado diagnóstico

- **Revisión Bibliográfica:** La indagación de información referente al tema, se realizó mediante fuentes académicas, revistas científicas y espacios como Scielo y Dialnet. Contenido sobre narrativa transmedia, identidad territorial, marca territorial, mundos

transmediales, ecosistema mediático, redes sociales, storytelling, podcast, productos comunicacionales, entre otros.

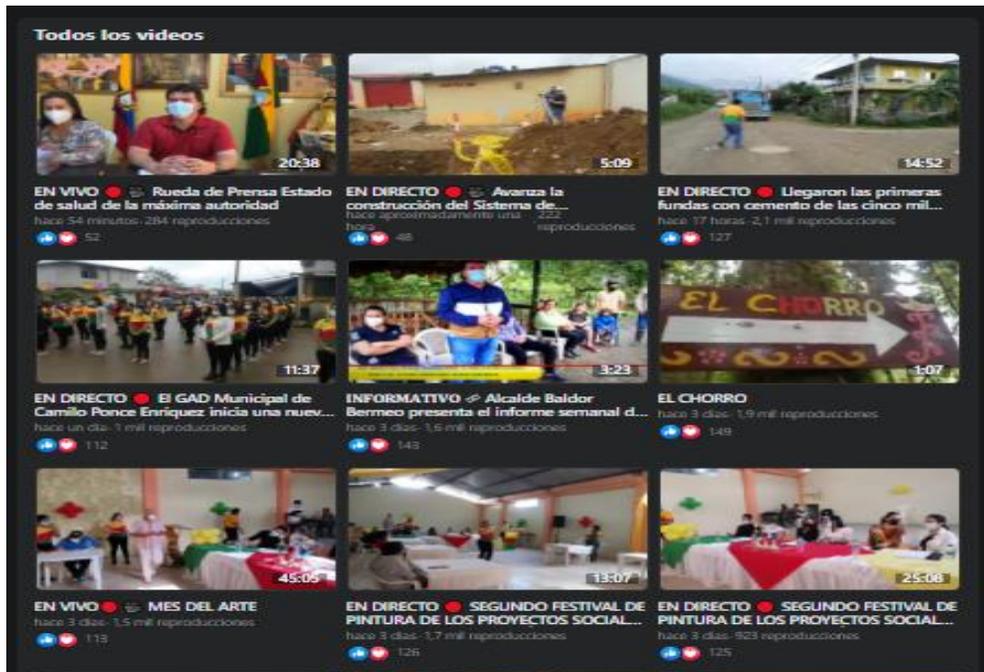
- **Análisis de contenido:** En este apartado se pudo evidenciar que la página de Facebook de la Municipalidad cuenta con actividad permanente, la interacción varía entre el asunto del contenido entre 12 a 200 likes, comentarios de 1 a 45 o más y compartidos de 1 a 50 o más. Desde la parte administrativa se maneja contenido en la página de Facebook de la municipalidad donde se informa sobre los trabajos que realiza el alcalde y transmisiones de eventos de áreas sociales, culturales, deportivas, entre otros.

Figura 3: Page Facebook Municipalidad



Fuente: Facebook GAD Municipal Camilo Ponce Enríquez

Figura 4: Contenido Page Facebook Municipalidad



Fuente: Facebook GAD Municipal Camilo Ponce Enríquez

En la parte visual, la red social maneja como perfil la foto del alcalde y su lema político, dejando de lado los símbolos representativos del lugar y posicionando su marca personal.

Figura 5: Foto de perfil de Page Facebook Municipalidad



Fuente: Facebook GAD Municipal Camilo Ponce Enríquez

Grupo Focal: Uno de los principales temas que se trataron en este encuentro fue el valor del tiempo y los recursos que se usan para desarrollar una narrativa transmedia. La importancia de reconocer los mundos narrativos para la producción de los contenidos que deben estar llenos de significación y valores del territorio.

Además, se determinó la aplicación Karma como la herramienta que permiten medir la parte estadísticas del contenido publicado en las distintas plataformas, para de esta analizar el impacto que han tenido estos productos comunicacionales.

Entrevistas: Esta herramienta fue dirigida a distintos grupos detallados a continuación:

- **Tituladas en proyectos transmedia:**

- Es elemental que se conozca a fondo sobre las funcionalidades que ofrece la narrativa transmedia, es decir cómo funciona, a quien va dirigida, su adaptación a los mundos narrativos o escenarios sociales, el uso de plataformas digitales, entre otros. Así se garantiza un desarrollo estable y eficaz de la propuesta de narrativa transmedia.

- Cada uno de los productos comunicacionales deben ser pensados y acoplados a las características particulares que se investigaron, para así llamar la atención de los usuarios. En lo que respecta al análisis estadístico de las plataformas usadas, se usa como herramienta a Fanpage Karma que brinda los resultados obtenidos dentro de las aplicaciones como número de seguidores, porcentaje de compromiso, visualizaciones, interacción, top de contenidos, entre otros.

- El equipo que lleve a cargo la realización del proyecto debe saber llevar a las personas y tratar de involucrarlos en la narrativa, sacando a flote sus emociones.

- **Profesionales en el área comunicacional, digital, transmedia y producción:**

- Los profesionales en las distintas áreas, destacaron que la narrativa transmedia es una de las mejores formas para dar a conocer los atributos de un territorio y a su vez posicionar su identidad.

- Inicialmente se deben identificar cada uno de los escenarios sociales que se viven dentro del territorio, para que entre ellos se pueda buscar las posibilidades de un contenido altamente potencial y llamativo para los usuarios en red. Para posterior a ello, iniciar con el arte de contar historias a través de diferentes recursos digitales.

- El hecho de desarrollar una narrativa no se trata de vincular el mayor número de plataformas, sino de darle verdadera cabida a las historias y los personajes de un territorio en específico, brindándoles la confianza necesaria para que ellos afloren sus sentimientos hacia su pueblo.

- Los productos comunicacionales que tienen mayor rendimiento y eficacia en las redes sociales son los videos cortos, reportajes, fotografías, podcast, reel y transmisiones que son los recursos que usualmente se utilizan para poder interactuar.

- **Personajes:**

- La imagen del pueblo ha sido empañada por problemas legales, políticos y de contaminación que se han generado en los últimos años dentro del territorio. Los medios de comunicación y ciudadanos de otros lugares han puesto su mirada en este territorio debido aquello.

- De a poco las costumbres y tradiciones de este lugar se han ido perdiendo, solo ha sido resguardados en la mente y corazón de los ponceños identificados con su territorio.

-Camilo Ponce Enríquez posee un conjunto de historias que hace sentir orgullosa a su gente, pero a las que no se les da el espacio necesario. Por ello, este pueblo mágico debe ser visibilizado para que los demás puedan conocer la otra cara de su realidad.

Observación: Mediante las visitas a los diferentes sectores y las entrevistas realizadas a los personajes se pudo constatar su emoción y orgullo por este territorio. Además de su sentir que es expresado en este espacio que como indicaron no se les daba antes. Sus expresiones demostraron la felicidad que siente al hablar de su cantón Camilo Ponce Enríquez.

Encuesta: Los resultados obtenidos muestran como las principales características de este territorio a la labor minera, que es de lo que más se habla. A pesar de esto, los ponceños se sienten identificados con su pueblo no por lo que se promueva aquí, ya que la información es escasa respecto a la parte histórica o cultura, sino que este sentimiento se basa en la experiencia y los años que los habitantes llevan en el lugar.

Otro de los problemas identificados fue el desconocimiento sobre los hechos históricos y antecedentes del cantón, ya que no se da cabida a este tipo de información en los medios de comunicación o la parte administrativa. Como respuesta a una de las primeras hipótesis sobre el medio de información de los ponceños sobre su pueblo, mencionaron que no se sienten identificados con la fan page del GAD Municipal, ya que basa su contenido en resaltar su imagen política.

A la lista de problemas de suma la minería ilegal, corrupción, mal aspecto de infraestructuras y la inseguridad que se vive en el cantón que empañan su imagen.

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1. Identificación de la intervención

Este trabajo basa su fórmula de funcionamiento e intervención a una línea importante de proyectos de narrativa transmedia que se han desarrollado en la provincia de El Oro. Uno de los más significativos es Orotopía que engloba diversas áreas de estudio y visibiliza el patrimonio cultural de esta provincia en toda su extensión.

Nace como un proyecto de vinculación con la comunidad, en la que involucra a estudiantes y profesionales de la Universidad Técnica de Machala en el proceso de promover el desarrollo sustentable de la región a través de temas de interculturalidad, turismo, gastronomía, etc. Contenido que es publicado en plataformas digitales, siguiendo un formato transmedia y contando historias de gran valor y significación para este territorio.

3.2. Fundamentación teórica de la intervención

La comunicación de la marca territorial debe darse mediante la aplicación de estrategias que resalten las cualidades más trascendentales del territorio buscando que este crezca y se poseione entre los mejores. Dentro de este proceso se da paso al marketing, el cual ofrece las oportunidades para que se cumpla esta meta y así se beneficie al objeto de estudio (Avila & Ugalde, 2020).

Dentro de las estrategias más destacadas está el *branding* que utilizan las redes sociales como un medio de comunicación para poder establecer la marca y a su vez poder potenciar el nombre, logo y símbolo de la propuesta. A través de estos espacios también se busca interactuar de forma más cercana con los usuario y que exista retroalimentación (Romo, Erazo, Narváez, & Moreno, 2020).

La web 2.0 llegó a revolucionar a la sociedad, debido a la aparición de nuevos medios sociales y el aumento de información que existe en red, dando más oportunidades a las personas de conocer, explorar y ser parte del contenido. Por ello cada vez más personas apuestan a estas plataformas para dar a conocer sus productos o servicios (Gutiérrez, Sánchez, & Galiano, 2018).

Las redes sociales son entornos digitales que les permiten a los usuarios poder compartir textos, imágenes, videos, archivos y transmisiones en tiempo real. Teniendo una conexión y convivencia social basada en las funciones que ofrecen cada una de las redes, dando mayores posibilidades a los cibernautas (Lara, López, Sánchez, & Yanez, 2018).

El poder de las redes sin duda alguna es uno de los más efectivos llegando a diferentes masas, combina el marketing con las comunidades virtuales y la comunicación bidireccional para que su dinámica de comunicación sea la indicada. Ofrece contenidos versátiles generados por los propios usuarios (Martínez & Campillo, 2018).

Es así como los consumidores pasan a ser prosumidores en un tiempo determinado, siendo los usuarios más activos en cuanto a la interacción y el contenido. Además, este grupo brinda información para que se siga realizando contenido o se involucran de forma directa con cada uno de los productos dejando sus reacciones, comentarios y recomendaciones (Urrutia, Islas, & Gutiérrez, 2019).

- **Facebook**

Esta red social es una de las de mayor alcance entre el grupo de plataformas digitales. Fue creada en el 2004 por Mark Zuckerberg, quien inició este proyecto como estudiante de la universidad Harvard y posterior a ello logró posicionar a esta plataforma como una de las mejores del mundo. Facebook fue considerada como un medio que une personas, a pesar

del tiempo y la distancia, ofreciendo experiencias enriquecedoras y emocionales al usuario (Candale, 2017).

Esta red social ha permitido la construcción de nuevos espacios virtuales en donde las personas interactúan y se comunican, buscando la innovación en las diferentes prácticas e incorporando de estrategias de comunicación digital para potenciar el rendimiento del contenido y así motivar a que más personas sigan de cerca del trabajo que se realiza (Salas & Salas , 2019).

- **Instagram**

Esta red social tiene más de 700 millones de usuarios actualmente y con el pasar del tiempo su cifra va en crecimiento debido a las funciones que ofrece y la innovación en sus herramientas, que potencian aún más el recurso fotográfico, videos cortos y textos. Además se ofrecen espacios de conversación y colaboración, en otras redes sociales (Varas & Esquivel, 2021).

Instagram se ha considerado como un espacio importante para la comunicación y aún más para el periodismo que permite llegar con información inmediata a los usuarios, las fotografías son acompañadas con textos cortos en los que con brevedad se explica el hecho y los usuarios responden a esto mediante sus likes, comentarios o mensajes directos (Rojas & Panal , 2017).

- **Reportaje**

Los reportajes son productos comunicacionales que permiten a través de su dinámica transmitir información mediante una investigación previa y producción. A través de este elemento los usuarios pueden construir su propia perspectiva y dar pie a emociones o reacciones propias de lenguaje humano de acuerdo al contexto en el que se desarrolla (Osorio, 2018).

- **Podcast**

Estos recursos comunicacionales son un soporte y un formato auditivo que se da para potenciar la parte de la narrativa en la que se involucra a los oyentes como parte de la historia. Cada vez esta modalidad crece llegando a diferentes grupos radiofónicos y empresas que trabajan bajo este estándar de audio (Lara & Campo, 2018).

La importancia que tiene el podcast en el mundo comunicacional es realmente potencial, debido a la distribución y transformación del audio hasta convertirlo en un producto de calidad que agrupa varios elementos que enriquecen la experiencia del oyente y los trasladada a la historia contada (Galán, Herrero, Vergara , & Martínez, 2018).

3.3. Objetivo de la intervención

Diseñar productos comunicacionales para el desarrollo de una narrativa transmedia basada en los escenarios sociales del cantón Camilo Ponce Enríquez.

3.4. Planes de Intervención

Guion Transmedia

Título: Escenario Sociales Ponce Enríquez

Lema: Tal y como es

Sinopsis Narrativa:

Ponce Enríquez...tal y como es, nace de la idea de resaltar la identidad de Camilo Ponce Enríquez, un cantón de la provincia del Azuay que une territorios. Donde se abarcarán los diversos escenarios sociales de los ponceños, gente acogedora que a diario se levantan para producir las tierras fértiles de este territorio. Cuenta con tres niveles climáticos Sierra Alta, Sierra Media y

Costa, que amplía las oportunidades de conocer un pueblo lleno de historia, cultura, gastronomía y tradiciones, todo en un mismo lugar.

Al adentrarse al sentir de los ponceanos, se identificó los escenarios sociales de este cantón tales como Mi Ponce, Belleza Natural, Mis Raíces, Fusión de Sabores y Ponceanos. Cada uno de estos reflejan la parte más significativa de este territorio. Además, que se unen al pensar de su gente, dando solución a la necesidad de mostrar la otra cara de este cantón, que es conocido a nivel nacional y local prácticamente por la minería.

Por ello, a través de un trabajo colectivo y emocional, se desarrollan productos comunicacionales como entrevistas, reportajes, infografías, fotografías 360, capsulas radiales, para mostrar una Ponce Enríquez... Tal y como es. Ya que es un territorio que ha tenido que vivir durante años bajo la sombra de la minería y la contaminación de sus ríos, como el centro de atención de propios y extraños.

Es así como esta narrativa transmedia, tiene la gran responsabilidad de cambiar este formato establecido, para darle mayor realce a la esencia de los ponceanos y del pueblo que los ha visto crecer, y del que pocos recuerdos quedan. A continuación, se describen los escenarios sociales y su caracterización:

Tabla 2: Escenarios sociales de la narrativa transmedia

ESCENARIOS SOCIALES	DEFINICIÓN
MI PONCE	Detalla la parte histórica del cantón Camilo Ponce Enríquez, sus inicios y datos interesantes.
BELLEZA NATURAL	Se potencia los lugares turísticos y la belleza de sus paisajes naturales, promoviendo esta actividad para que más personas puedan conocer de los encantos de este territorio.
MIS RAICES	Destaca las tradiciones del cantón como sus fiestas patronales, danza y actividades más significativas del lugar, que reflejan la alegría y espontaneidad de su gente.
FUSIÓN DE SABORES	La parte gastronómica, es uno de los referentes más importantes en este cantón, debido a la fusión de sabores que se dan desde comida típica de la sierra y la sazón criolla de la costa.
PONCEÑOS	Refleja el arduo trabajo de los habitantes del lugar por salir adelante y como le poniendo corazón a lo que hacen, buscando las oportunidades que ofrece el territorio.

Fuente: Autoras

Tabla 3: Personajes

PERSONAJES	CARACTERISTICAS	PARTICIPACIÓN
Ernesto Ochoa	Es un artista y músico que radica en Camilo Ponce Enríquez desde hace aproximadamente 45 años atrás, ha sido profesor del colegio Técnico Ponce Enríquez en la materia Dibujo y Pintura, actualmente tiene un negocio de artes en el centro cantonal.	Creación de los símbolos del cantón bandera y escudo.
Evelio León	Es un nativo de la comunidad de Shumiral, quien es uno de los primeros pobladores bajo el legado de sus padres, de quien heredó la devoción a la santísima virgen natividad de maría que cada 7 de septiembre rinde homenaje en su hogar con toda su familia.	Tradición de festejo de la Virgen Natividad de María
Joaquín Vásquez	Un joven emprendedor de la comunidad de Shumiral, que bajo el legado de su abuelo y padre decidió hacer con una herencia familiar un emprendimiento de cacao que hoy se distribuye de manera nacional e internacional.	Agroproducción con su emprendimiento Eskakao
Segundo Erraez	Es un fotógrafo de 78 años, proveniente del cantón Oña, radica en Camilo Ponce Enríquez él y sus tres hijos aproximadamente hace 30 años y desde ese entonces ha plasmado cada momento en su cámara sobre el cantón, actualmente sigue en el negocio y cuenta con un local propio en su hogar.	Fotógrafo de hace más de 30 años cuenta un poco su historia de cómo vino a Camilo Ponce Enríquez
Francisco Cedeño	Artista más conocido como Bismark Cedeño, nació en Manabí y con su familia se mudó a Ponce Enríquez convirtiéndolo en su hogar, actualmente trabaja en el GAD municipal de Camilo Ponce Enríquez en el área de cultura.	Musicalización para videos

Raúl Romero	Cantautor de la comunidad de Shumiral quien hace más de 10 años realizó en conjunto a otros artistas locales la producción de “Viva mi Ponce” que ahora fue usado para nuestros videos en representación al cantón	Musicalización para videos

Fuente: Autoras

3.5 Acceso a la tecnología

En el cantón Camilo Ponce Enríquez hay una variedad de proveedores de servicio de internet que cubre las diferentes zonas del territorio, estas empresas son Telnet, Globavisión y Tv Oro. En lo que respecta a la usabilidad de estos recursos, se encuentran las redes sociales que se ha convertido en una de las formas más rápida de mantener contacto digital con otras personas, sin importar el espacio temporal o físico.

Mediante la aplicación de encuestas a 213 habitantes del cantón, se pudo identificar que en un 86,4% las redes sociales son consideradas como un medio de información y el 12,2% la televisión local.

En cuanto a las redes de mayor uso se encuentra Facebook representada en 65,3 %, seguida de Instagram con 15,5% y YouTube con 9,9%. Convirtiendo a Facebook en un espacio de gran valor para generar contenido, debido al acceso que tienen los usuarios a esta aplicación.

Considerando estos datos obtenidos y basados en la muestra de estudio, se puede establecer las plataformas digitales que se usaran en esta narrativa transmedia.

IDENTIDAD VISUAL

Figura 12: Nombre de la propuesta narrativa

Ponce Enriquez

Fuente: Autoras

Figura 13: Lema de la propuesta narrativa

Tal y como es...

Fuente: Autoras

Figura 14: Identificador visual



Fuente: Autoras

Tabla 4: Elementos y significación de la marca

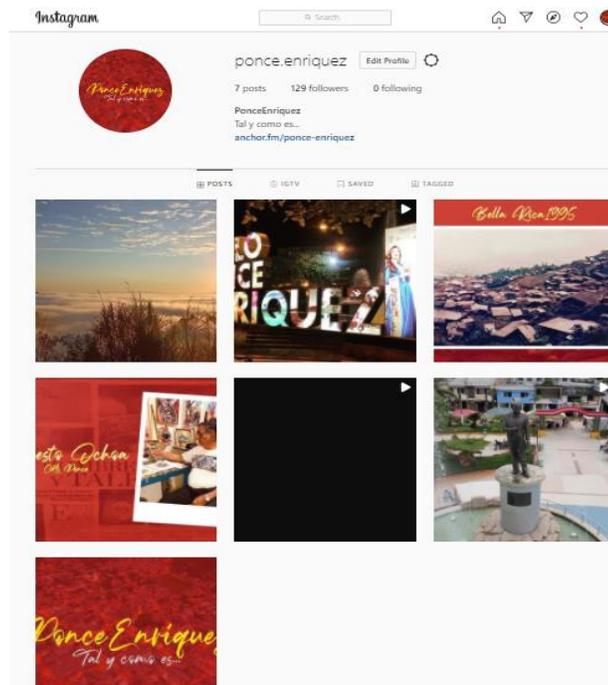
<p>COLORES</p>	<p>Los colores seleccionados son inspirados en la bandera y escudo del cantón:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rojo: Gente luchadora quien hizo posible que Camilo Ponce Enríquez sea cantonizado• Amarillo: la riqueza de la zona• Plomo: Desde la visión del diseño, se consideró un degradado de color que tiene las montañas en el escudo.
<p>TIPOGRAFÍA</p>	<p>La tipografía es de tipo script llamada The Frankline Regular, que presenta una estructura informal de las letras.</p>
<p>FONDO</p>	<p>Es un fondo que fusiona el color rojo con una fotografía de la cabecera cantonal de Camilo Ponce Enríquez en la noche. Para lograr tal acabado, se coloca el color rojo (código #C2000B) con una transparencia del 70%.</p>
<p>HERRAMIENTAS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Adobe Ilustrador: Este programa permitió combinar la foto y la foto. Además, la aplicación de contorno en la tipografía.• Photoshop: Se usó para resaltar los colores de la imagen de fondo.

Fuente: Autoras

Tabla 5: Redes sociales y plataformas digital

RECURSO:	Redes sociales y plataforma digital
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Para poder llevar acabo la difusión del contenido se seleccionan 3 plataformas como Facebook, Instagram y Anchor Fm.
EXPERIENCIA	Los usuarios podrán ser parte de la narrativa transmedia a través de las redes sociales donde se generan espacios de conversación y recuentros con la historia de este territorio.

Figura 15: Cuenta de instagram @ponce.enriquez



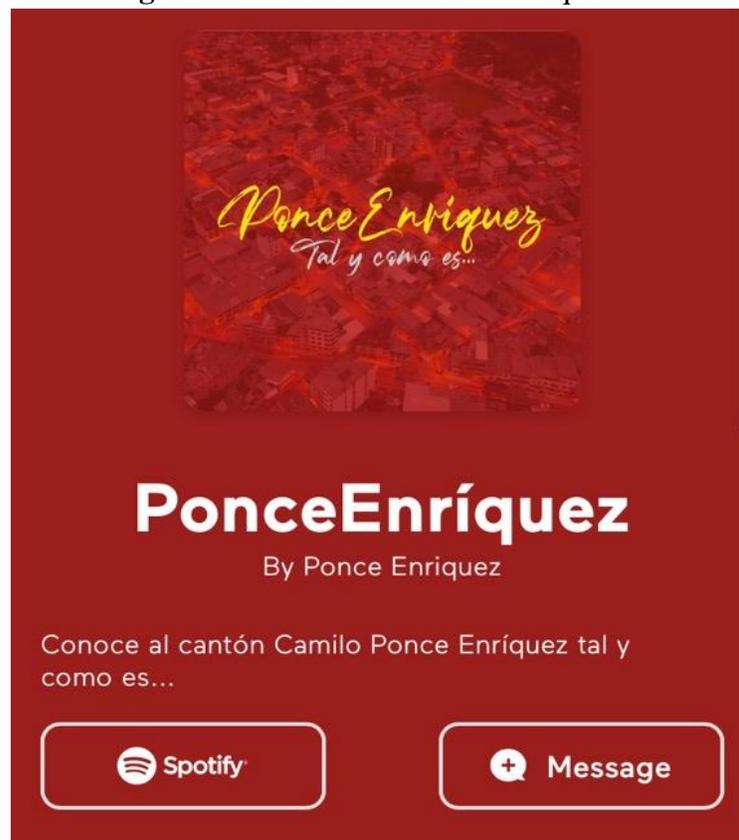
Fuente: Instagram

Figura 16: Fan Page Ponce Enríquez



Fuente: Ponce Enríquez

Figura 17: Anchor Fm Ponce Enríquez



Fuente: Anchor Fm

Productos comunicacionales

Tabla 6: Reportajes

RECURSO:	Reportajes
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	El uso de este tipo de producto comunicacional se dio como parte de una profundización de información, donde los personajes tienen el espacio para dar a conocer sus experiencias en el territorio.
EXPERIENCIA	Al ser un producto audiovisual se trabaja una trama interesante de emociones, narrativa, producción y tomas, que hacen interesante el contenido.

Figura 18: Reportaje “Quiero morir junto a los pincéles”



Fuente: Ponce Enríquez

Figura 19: "Mi Herencia Familiar"



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Figura 20: Don Erráez un fotógrafo de historia



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Tabla 7: Transmisión en vivo

RECURSO:	Transmisión en vivo
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Es uno de los formatos audiovisuales que permite difundir contenido en tiempo real con la audiencia. Por ello, se lleva cabo un en vivo respecto a las fiestas patronales de la Santísima Virgen María.
EXPERIENCIA	Los seguidores pueden unirse a la transmisión y vivir la experiencia en vivo y en directo, además logran interactuar con reacciones y comentarios, como también compartir el contenido en sus perfiles.

Figura 21: Transmisión en vivo



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Tabla 8: Fotografía

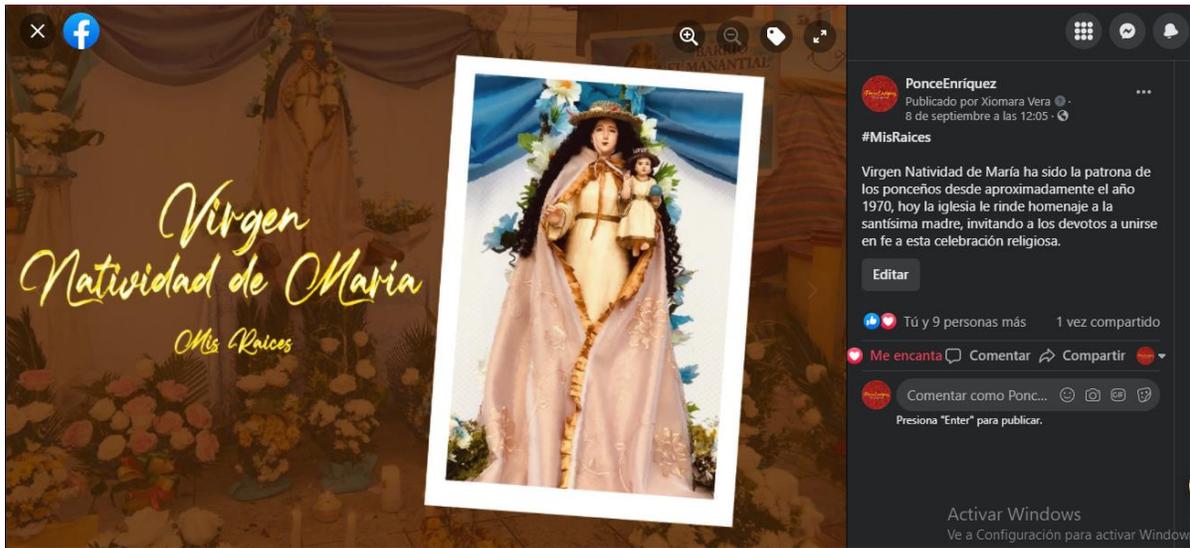
RECURSO:	Fotografía
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Las fotografías expresan hechos y emociones a través del tiempo, que quedan plasmados en un recurso fotográfico.
EXPERIENCIA	La audiencia podrá trasladarse en el tiempo y conocer visualmente más de este territorio. Por ello, se muestran fotografías de años atrás y actuales acompañadas de una breve descripción.

Figura 22: Foto del recuerdo Bella Rica 1995



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Figura 23: Virgen Natividad de María



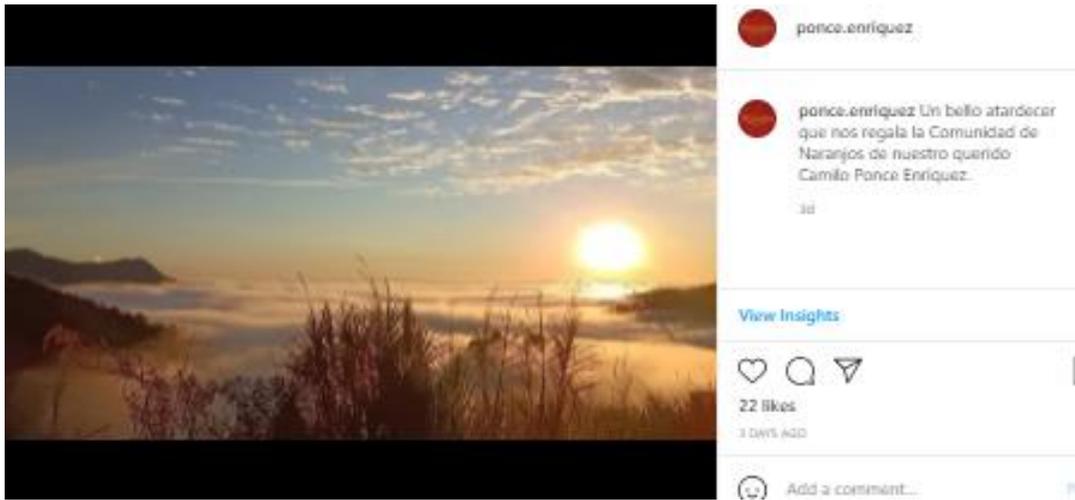
Fuente: Facebook Ponce Enriquez

Figura 24: Fusión de sabores



Fuente: Facebook Ponce Enriquez

Figura 25: Atardecer del cantón



Fuente: Instagram

Tabla 9: Videos promocionales

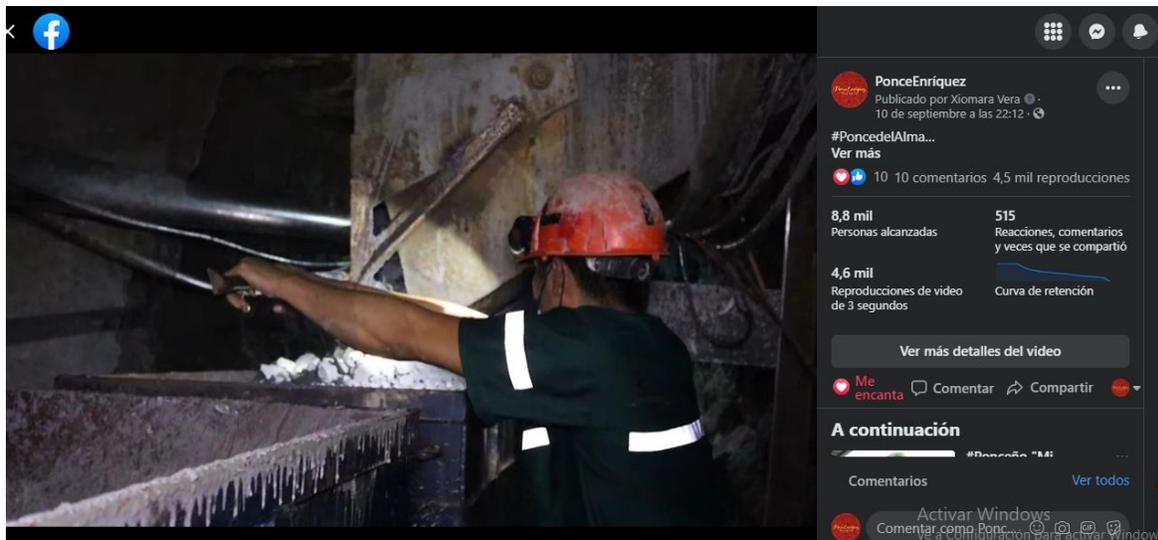
RECURSO:	Videos promocionales
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Se da la realización de productos promocionales con acompañamiento musical del lugar y la recopilación de distintas tomas de video de las distintas actividades que se desarrollan en el cantón.
EXPERIENCIA	La promoción de la narrativa transmedia se da a través de video para captar el interés de la audiencia y que se motive a seguir de cerca el contenido.

Figura 26: Video promocional “Viva Mi Ponce”



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Figura 27: Video promocional Ponce del Alma



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Tabla 10: Videos cortos

RECURSO:	Videos cortos
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	A través de estos videos se muestra tomas breves de lugares característicos del cantón.
EXPERIENCIA	Este contenido permite que los usuarios se enganchen de forma sencilla con lo que se muestra visualmente. Por ello se usa, para mostrar lo puntos atractivos del territorio.

Figura 28: Amanecer del cantón Camilo Ponce Enríquez



Fuente: Facebook Ponce Enríquez

Grafico 29: Video corto, letras corpóreas del cantón



Fuente: Instagram

Tabla 11: Podcast

RECURSO:	Podcast
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Se relata sobre una de las actividades religiosa más tradicional del territorio a través de este recurso podcast, que es publicado en la plataforma Anchor Fm.
EXPERIENCIA	Los usuarios podrán escuchar la historia relatada por Evelio León, uno de los fieles devotos de la Virgen de Natividad y a través de su voz logran trasladarse a la historia que se cuenta.

Figura 30: Podcast Virgen de Natividad

The image shows a podcast player interface. On the left is a square cover image with a portrait of a man and the text 'Evelio León' and 'Atención de mis padres'. To the right of the cover, the title 'DEVOCIÓN A LA VIRGEN DE NATIVIDAD' is displayed in large, bold letters. Below the title, it says 'Sep 8 • 02:34'. A message states: 'This episode has been published and can be heard everywhere your podcast is available.' Below that, it says 'Conoce más detalles sobre este acto de fé'. At the bottom left, a box shows '11 Total number of plays'. At the bottom right, there are four circular icons for social media: Facebook, Twitter, a link icon, and a code icon.

Fuente: Anchor Fm

Tabla 12: Mass Media

RECURSO:	Mass Media
DIGITAL/ ANALÓGICA	Digital
ON/ OFFLINE	Online
HISTORIA	Se realiza una promoción en medios de comunicación para dar a conocer el proyecto de narrativa transmedia, además del uso de camisetas personalizadas para resaltar la marca que se estableció.
EXPERIENCIA	A través de esta actividad se crea expectativa con la audiencia sobre el desarrollo de la propuesta y los incide a seguir las plataformas digitales.

Figura 31: Modelo de camiseta personalizada



Fuente: Autoras

Figura 32: Gira de medios, Radio Antena Sur 89.5 Fm



Fuente: Facebook Radio Antena Sur 89.5 Fm

Figura 33: Gira de medios, Shumiral TV



Fuente: Shumiral Tv

Tabla 13: Línea de tiempo de la narrativa transmedia

FECHA:	PLATAFORMAS DIGITALES		
	FACEBOOK	INSTAGRAM	ANCHOR FM
03/09/2021	-Publicación de identificadores visuales de la propuesta transmedia		
04/09/2021	-Video promocional de la narrativa transmedia -Entrevistas en vivo en medios digitales como parte de la promoción del proyecto	-Identificador visual Ponce Enríquez...tal y como es - Promo de la narrativa transmedia	
05/09/2021	-Entrevistas en vivo en medios digitales como parte de la promoción del proyecto		
06/09/2021	-Video corto de un amanecer en el cantón -Fotografía y descripción sobre Ernesto Ochoa, creador de los símbolos del cantón. -Reportaje “Quiero morir junto a los pincéleles” con Ernesto Ochoa	-Video corto “Feliz inicio de semana” -Fotografía y descripción de Ernesto Ochoa en el espacio Mi Ponce	
07/09/2021	-Fotografía del recuerdo de Bella Rica en 1995		
08/09/2021	-Fotografía y descripción sobre la Virgen Natividad de María -Publicación de enlace podcast sobre Evelio León y su devoción a la virgen. -Trasmisión en vivo de las fiestas Patronales en honor a la Santísima Virgen de María	-Fotografía del recuerdo de Bella Rica en 1995	-Devoción a la Virgen de Natividad
09/09/2021	-Reportaje sobre el emprendimiento de chocolate Eskakao		
10/09/2021	-Video musical Ponce del alma -Fotografía y descripción sobre uno de los platos típicos de la zona El cuy asado	-Video corto letras corpóreas de la ciudad	
11/09/2021		-Foto de un atardecer en las mágicas montañas de Camilo Ponce Enríquez	

13/09/2021	-Don Erráez fotógrafo con gran historia		
14/09/2021		-Foto sobre los Muyos de Pichilvay	

3.6 Propuesta de evaluación y control de intervención

Dentro del procedimiento de evaluación y control de la intervención se utilizó FanPage Karma, que permite enlazar las plataformas digitales y analizar las estadísticas generadas durante un tiempo establecido. Además, brinda la posibilidad de conocer a fondo más sobre esta interacción como el *engagement*, ubicación geográfica desde donde se observa el contenido, vistas orgánicas, top de publicaciones, entre otros. De esta forma se analiza un panorama amplio del rendimiento de las redes sociales usadas dentro de la narrativa transmedia.

En el caso de Facebook todos los resultados fueron analizados desde esta aplicación, para Instagram se combinó estos resultados y los datos recopilados desde su propio soporte de estadísticas. En cuanto a Anchor Fm se obtuvo las estadísticas de forma directa desde sus funciones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

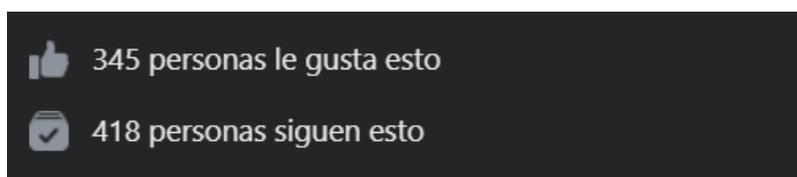
4.1. Descripción y contrastación teórica de los objetivos de la intervención

La narrativa transmedia Ponce Enríquez... tal y como es, se convirtió en uno de los proyectos de gran significación para el cantón Camilo Ponce Enríquez debido a la repercusión que se generó durante el lapso de publicación con los diversos contenidos.

Logrando reencontrar a su gente en un espacio de interacción, donde se dio valor a las historias, recuerdos, tradiciones y los hechos que forman de los más representativo de este territorio, que el tiempo ha tratado de borrar pero que permanece ligado a las emociones más profundas de los ponceños, que han crecido en este mágico pueblo cobijado por la calidez humana de su gente y la diversidad cultural.

4.1.1 Análisis de resultados Fan Page Facebook

Figura 34: Seguidores y me gustas



Fuente: Fan Page Ponce Enríquez

Durante el periodo de 12 días entre el 3 al 14 de septiembre del 2021, se obtuvo 418 seguidores y 345 me gustas en la página oficial de Ponce Enríquez. Éstas cifras son el resultado de un trabajo arduo y planificado que permitió en un lapso corto de tiempo obtener este número de usuarios conectados a la narrativa transmedia.

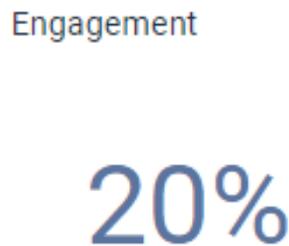
Figura 35: Estadísticas generales de la fan page



Fuente: FanPage Karma

El número total de productos audiovisuales publicado fueron 4, el contenido en general alcanzo 10,005 perfiles, con un rebote del 72,09% que se establece de acuerdo a los visitantes que ingresan a la página de forma directa. Uno de los aspectos relevantes dentro de estos resultados se encuentra en el número de visualizaciones que alcanza las 11,957 reproducciones, las cuales en su totalidad son vistas orgánicas, es decir que no se hizo uso de publicidad pagada en la red social. A su vez, estas cifras indican la conexión y el vínculo que existe entre la audiencia y el contenido que se publica.

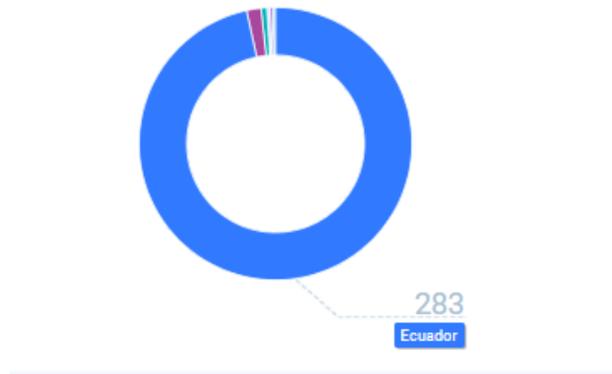
Figura 36: Engagement del publico



Fuente: FanPage Karma

El engagement evidencia el compromiso que existe por parte de los seguidores con la página, este porcentaje se da en relación al número total de seguidores, dando como resultado un 20% que corresponde a los seguidores que sigue de cerca y de forma activa cada una de las publicaciones que se dan en la página.

Figura 37: Top de países



Fuente: FanPage Karma

Dentro de las estadísticas también se analiza el top de países desde donde se visualizó el contenido de la narrativa transmedia en esta plataforma digital, liderando en gran magnitud el territorio ecuatoriano con 283 usuarios, 5 España, 2 Estados Unidos, 1 Italia y 1 Perú. Estos datos no coinciden con el número total de seguidores, debido a la privacidad que manejan los perfiles en la plataforma, evidenciando solo los registros de ubicación públicos. Es así como este trabajo ha trascendido a pesar de las limitaciones de tiempo y espacio logrando, a pesar de aquello encontrar a la gente con su territorio.

Figura 38: Reportaje “Quiero morir junto a los pincéleles”

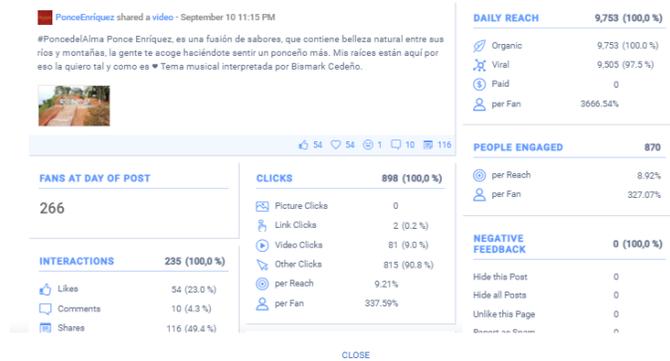


Fuente: FanPage Karma

El reportaje sobre el profesor Ernesto Ochoa creador de la bandera y escudo del cantón Camilo Ponce Enríquez fue el de mayor interacción en esta propuesta transmedia, ya que obtuvo 142 reacciones, 16 comentarios y 5501 reproducciones. Los mensajes de respeto, apoyo y

admiración para este personaje ilustre del territorio se plasmaron en la publicación, dejando en evidencia el respaldo por este tipo de productos donde se resalta la importancia de su trabajo.

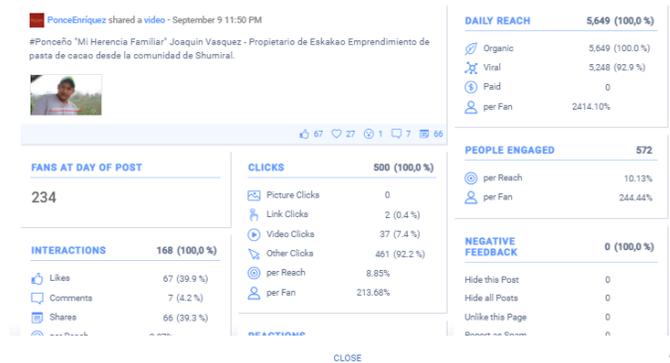
Figura 39: Ponce del Alma



Fuente: FanPage Karma

Este producto audiovisual destaca la canción de Bismark Cedeño denominada Ponce del Alma con tomas de lugares representativos del cantón, a su vez este mensaje de amor por su tierra hecha canción alcanzo 5054 reproducciones, 109 reacciones y 10 comentarios.

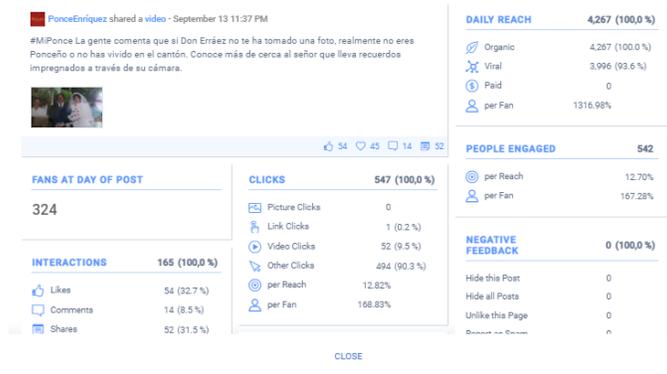
Figura 40: "Mi Herencia Familiar" Joaquin Vasquez



Fuente: FanPage Karma

La publicación obtuvo una cifra de 2987 reproducciones, 95 reacciones y 7 comentarios, a través de este reportaje los usuarios pudieron dirigir sus mensajes de aliento para esta familia que se dedica a labor en el campo.

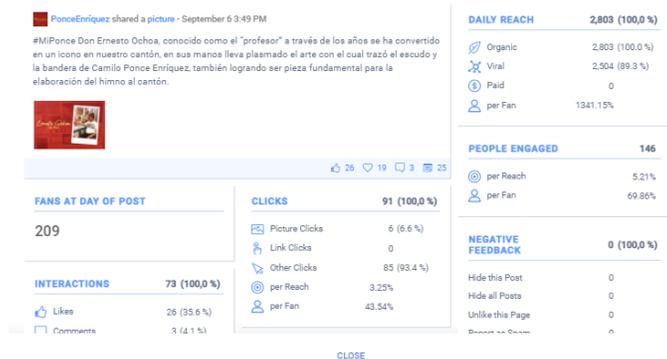
Figura 41:



Fuente: FanPage Karma

Don Erráz es uno de los personajes más conocidos en el cantón al ser un fotógrafo con años de experiencia que podido a acompañar a las familias ponceñas en momentos importantes. 2476, 99 reacciones y 14 comentarios.

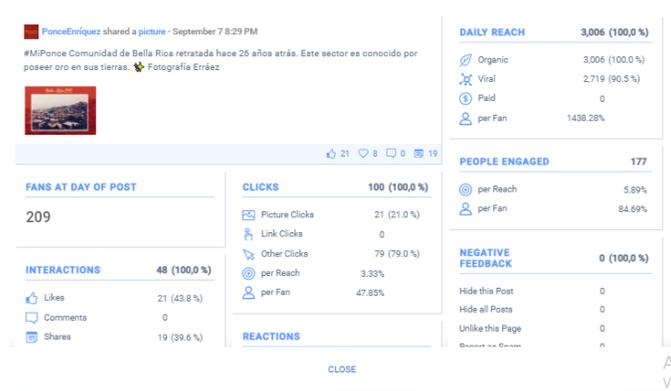
Figura 42: Don Ernesto Ochoa, personaje icónico del cantón



Fuente: FanPage Karma

La fotografía obtuvo 45 reacciones, 3 comentarios y 25 comparticiones, convirtiéndose en la más top de la lista de fotos publicadas en la red social Facebook.

Figura 43: Comunidad de Bella Rica



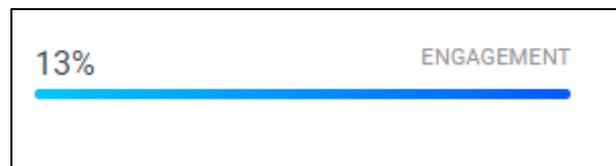
Fuente: FanPage Karma

La fotografía del recuerdo sobre la comunidad de Bella Rica en 1995, fue una de las publicaciones que tuvo buen rendimiento con 29 reacciones y 19 comparticiones.

4.1.2 Análisis de resultados en Instagram

Durante un rango de tiempo de 12 días se logró obtener 138 seguidores en la cuenta de Instagram @Ponce.Enriquez. Esta cifra refleja una buena aceptación por parte de la audiencia que a pesar del corto tiempo de publicación ha logrado entrar en sintonía con la narrativa de este territorio.

Figura 44: Engagement

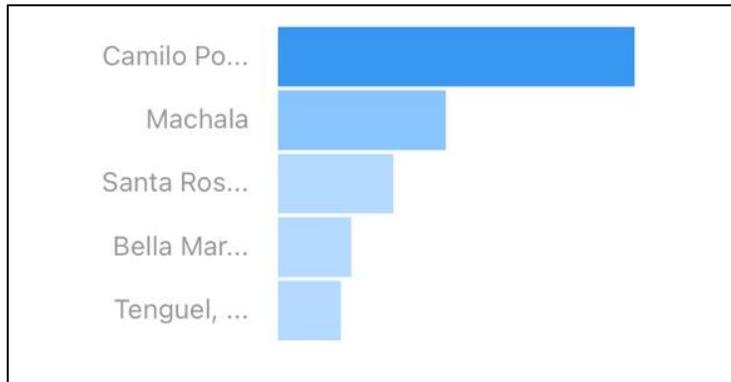


Fuente: Instagram @ponce.enriquez

El *engagement* o compromiso de los usuarios respecto a la cuenta y su contenido alcanza el 13%, siendo este un buen resultado debido a que una tasa excelente de *engagement* en Instagram parte del 3.5% y de bajo rendimiento 1% o menor. Durante el lapso de publicación se registraron

80 visitas al perfil y dos toques en el sitio web que corresponde al enlace de conexión directa con la cuenta de Anchor FM. De esta forma se evidencia que los usuarios realizaron su visita a la cuenta de forma orgánica y por interés al contenido.

Figura 45: Lugares principales de alcance



Fuente: Instagram @ponce.enriquez

Los principales lugares desde donde se sigue el contenido de esta red social es Camilo Ponce Enríquez, Machala, Santa Rosa, Bella Maria y Tenguel. De esta forma se puede evidenciar que esta propuesta no se ha limitado al territorio azuayo, sino que se ha extendido a distintas zonas.

Figura 46: Video promocional



Fuente: Instagram @ponce.enriquez

Este video promocional fue el que obtuvo mayor respaldo en Instagram, con un total de 110 reproducciones y 40 likes. La promo Ponce Enríquez...tal y como es, fue una de las primeras publicaciones realizadas.

Figura 47: Video corto



El video corto sobre las letras corpóreas fue uno de los de mayor alcance obteniendo 84 reproducciones y 31 likes-

4.1.3 Análisis de resultados Anchor Fm

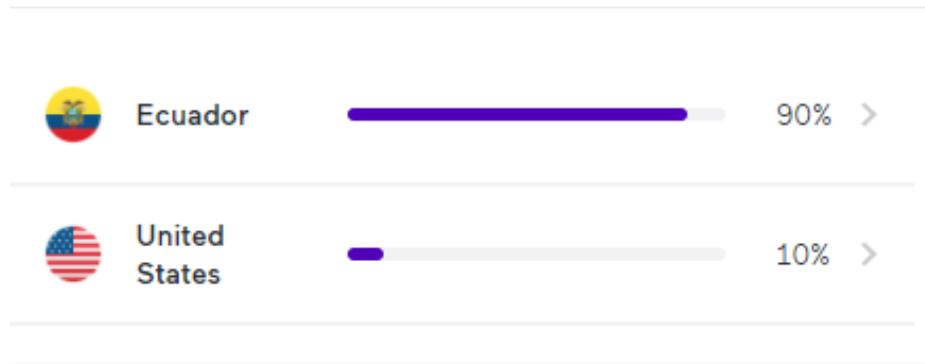
Figura 48: Reproducciones



Fuente: Anchor Fm

En total fueron 11 reproducciones que se realizaron al podcast sobre la Devoción a la Virgen de Natividad. Éstos usuarios ingresaron mediante los enlaces generados en Instagram y Facebook.

Figura 49: Top países



Fuente: Anchor Fm

En cuanto a la ubicación geográfica de los oyentes de Anchor Fm se evidencia que el 90% pertenecen a Ecuador, mientras, que el 10% se encuentra en Estados Unidos. Éstos porcentajes son la muestra del alcance de esta narrativa transmedia que trascienden fronteras conectando a los ponceños con sus historias.

4.2 Conclusiones

Para la elaboración de la propuesta de narrativa transmedia Ponce Enríquez...tal y como es, se siguieron varias fases que permitieron comprender la problemática, los escenarios sociales de este territorio, la parte tradicional y cultural. Además del sentir de los ponceños que tienen la necesidad de mostrar los atributos de su tierra al mundo, dejando atrás el encasillamiento que ha tenido el cantón Camilo Ponce Enríquez al ser considerado solo un pueblo minero.

Es por ello, que a través de las diferentes acciones realizada se logró potenciar de forma eficaz la identidad territorial y como muestra de aquello están las estadísticas obtenidas en las plataformas digitales en las que se evidencia que los usuarios pasaron de ser netamente consumidores a prosumidores de la marca.

Facebook, Instagram y Anchor Fm son las plataformas que jugaron un papel fundamental dentro de la narrativa transmedia, ya que son el soporte en el que se publicó los productos comunicacionales, bajo una línea de tiempo. Para la selección de estas plataformas digitales se consideraron sus funciones e importancia mediante investigación bibliográfica y el criterio profesional de los entrevistados que conocen de las estrategias de comunicación digital.

Estos medios tienen mayores posibilidades en cuanto a su alcance y las herramientas que ofrece para proporcionar contenido más dinámico que cautive la atención del público. Ya que los usuarios se mantienen cada vez más activos en estos espacios de conversación donde pueden interactuar de forma libre, lo que les permite sentirse parte de la historia.

Para la creación de los productos comunicacionales se identificaron escenarios sociales que nacen de las características de este territorio. Este conjunto de ideas fue recolectado a partir de herramientas de recolección de datos como *focus group*, encuestas y entrevistas a los habitantes del cantón. Cada escenario está constituido por historias, experiencias y significados importantes para los ponceños, por ejemplo, mi Ponce detalla la parte histórica del lugar de que ha sido poco expuesta y de la cual existe desconocimiento por parte de la población.

Mis raíces que resalte las tradiciones y actividades que se desarrollan hace años en el lugar, Fusión de Sabores que trata sobre la diversidad gastronómica que se da en este rincón azuayo por la comida típica de la sierra y la sazón criolla de la costa. Y Ponceños que es el espacio donde se muestra el trabajo y sacrificio que realizan los habitantes de Camilo Ponce Enríquez en busca de mejores días para sus familias. Considerando estas definiciones claves se elaboraron productos como reportajes, podcast, fotografías, promocionales y videos cortos, que lograron sin duda alguna relacionar a la gente con aquello que los identifica y que lamentablemente se ha ido desvaneciendo con el pasar del tiempo.

La eficiencia del contenido publicado durante la narrativa transmedia es evidenciado por las estadísticas que se generan desde FanPage Karma y los servidores directos de las plataformas digitales. La red social con mayor rendimiento fue Facebook con un engagement del 20%, 11,957 vistas de video y 418 seguidores en tan sólo 12 días. Seguido de Instagram que obtuvo 138 seguidores y el 30% de engagement. Anchor Fm fue una de las de menor alcance, sin embargo, al enlace directo ingresaron 11 oyentes que se dejaron llevar por la parte auditiva y narrativa.

Los usuarios en las redes sociales han mostrado su respaldo a la propuesta de narrativa transmedia Ponce Enríquez...tal y como es, ya que es una de las oportunidades de demostrar que

su territorio no solo se define por la riqueza de minerales y su extracción, sino que ofrece una amplia gama de atractivos y tradiciones a lo que se les debe brindar valor. Los seguidores han pasado de ser netamente consumidores a prosumidores, es decir que se unen a la propuesta y la asumen como suya para construir bases sólidas y seguir creciendo ante la mirada de la audiencia local, nacional e internacional.

4.3 Recomendaciones

Una de las recomendaciones claves que se deben considerar al momento de desarrollar un proyecto de este tipo se enfoca en el tiempo, que debe ser planificado para que se obtengan resultados óptimos a través de la aplicación de estrategias comunicacionales y la producción de los mismos. Además, que el equipo de trabajo debe lograr adentrarse a las emociones más profundas de los participantes de la narrativa, ya que esto a su vez promoverá que otras personas puedan sentirse identificadas con su pueblo y aquello que lo caracteriza.

El municipio del cantón Camilo Ponce Enríquez debe considerar el desarrollo de un plan de narrativa transmedia en el que se rediseñe el contenido, manteniendo una línea equilibrada entre la gestión administrativa y lo representativo del territorio. Esto es elemental, ya que la principal red social del cantón es la de esta entidad pública por donde la comunidad se informa de lo que acontece en el lugar, seguido de los medios de comunicación. Es ahí donde esta propuesta implementada tiene un gran desempeño como respuesta a la deficiencia de información sobre la parte histórica, cultural y tradicional del cantón.

Los ponceños y ciudadanía en general de este cantón deben apoyar de forma participativa a estos trabajos de narrativa transmedia, porque son parte de aquello que lo constituye y caracteriza en su identidad territorial.

En el ámbito académico se debe dar cabida a la vinculación de los estudiantes en los proyectos transmedia, ya que podrán a través de sus conocimientos aportar con la visibilización de los territorios y problemáticas sociales que se dan en determinado lugar. Mediante investigación de

campo, planificación, realización, producción y monitoreo de los diferentes productos como también la aplicación de estrategias comunicacionales que se acoplen a la realidad que se vive.

Referencias

- Aguilera, F., & Medina, M. (2017). Intervención social en el borde urbano desde el proceso. *Revista de Arquitectura, 19*(2), 78-93. doi:<http://dx.doi.org/10.14718/>
- Amador, J. (2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación, 21*(98), 77-94.
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios, 80*, 59-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/206/20645903005/html/>
- Avila, F., & Ugalde, C. (2020). Instagram: la red social con la mayor interacción para promover los destinos turísticos ecuatorianos. *Revista Investigaciones Turísticas, 50-72*. doi:<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.03>
- Benavides, J., & Mendoza, P. (2020). El Storytelling en la Educación Superior: un Análisis del Impacto y Pertinencia de la Narración de Historias en el Proceso Formativo. *Revista Científica Hallazgos 21, 5*(2), 149-161.
- Camacho, M., & Segarra, S. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista de Comunicación, 18*(2), 225-244.
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central* (8), 201-218.
- Cantón Camilo Ponce Enríquez. (2021). *Cantón Camilo Ponce Enríquez*. Obtenido de <http://www.camiloponce.gob.ec/camiloponce2020/index.php/el-canton/historia>
- Carballeda, A. (2017). Cartografías sociales: lenguaje y territorio. Una aproximación desde la intervención en lo social. *REVISTA PERSPECTIVAS, 29*, 145-153. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/111226/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruz, E., Romero, E., & Zamarreño, G. (2017). MARCA TERRITORIO Y MARCA CIUDAD, UTILIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO. EL CASO DE MÁLAGA. *International Journal of Scientific Management and Tourism, 3*(2), 155-174.
- Domínguez, D. (2012). Escenarios híbridos, narrativas transmedia, etnografía expandida. *Revista De Antropología Social, 21*, 197-215. doi:https://doi.org/10.5209/rev_RASO.2012.v21.40056
- Espinoza, S. (2017). Antecedentes y aproximación teórica sobre identidad territorial y desarrollo local en la zona norte de la ciudad de Tipitapa, Managua, Nicaragua. *Revista Científica de FAREM-Esteli, 6*(24), 109-125.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera, 7*, 35-54. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500703.pdf>
- Forigua, L. (2018). Construcción de escenarios prospectivos aplicados a la planificación estratégica territorial: una alternativa para el manejo de la incertidumbre en la toma de

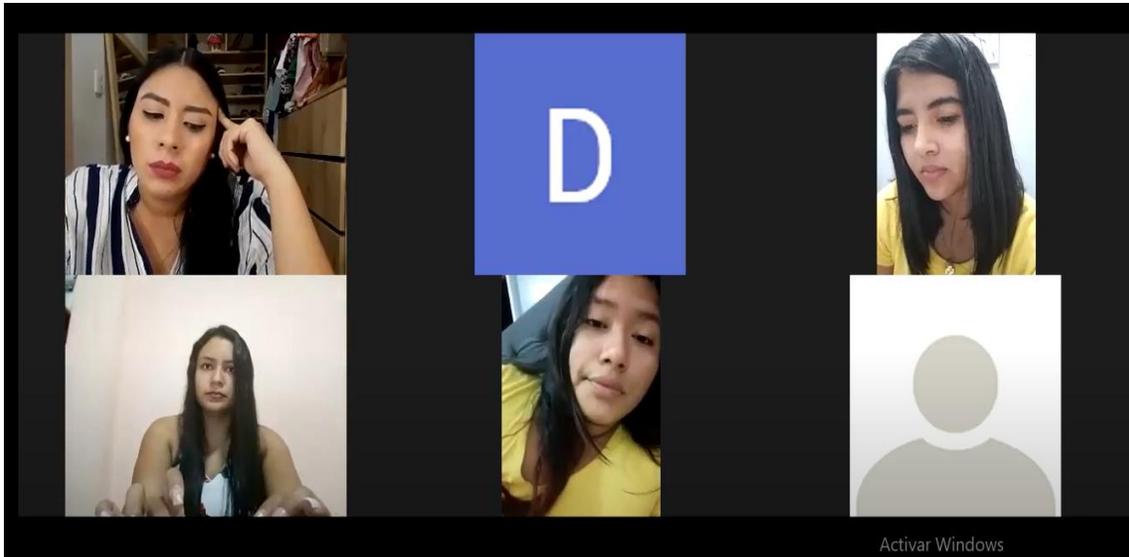
- decisiones. *En Memoria Académica*, 1-144. Obtenido de <https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1578/te.1578.pdf>
- Galán, R., Herrero, F., Vergara, M., & Martínez, C. (2018). Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1398-1411.
- Gutiérrez, G., Sánchez, M., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 135-150. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/01camiloponceenriquez.pdf
- Irigoyen, C. (2017). La cita con el destino para el futuro de la marca Ciudad Juárez. *Nósis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 26(56), 152-180. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/859/85949468007/85949468007.pdf>
- Lara, A., & Campo, E. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 347-359.
- Lara, P., López, A., Sánchez, J., & Yanez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: propuesta Social Engagement. *EPI Revista Científica Internacional*, 27(4), 899-908.
- López-Hermida, A. (2016). <https://www.redalyc.org/pdf/328/32850070010.pdf>. *Atenea*(514), 139-156.
- Magaña, I., & Padín, C. (2016). Modelo de gestión holístico-estratégico: abstracción simbólica para la identidad territorial cultural del Centro Histórico de la ciudad de Colima y la ciudad Histórica-Turística. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XXII(44), 11-47.
- Martínez, A., & Campillo, C. (2018). La gestión de las redes sociales turísticas desde la perspectiva de las relaciones públicas 2.0: la importancia del diálogo. *REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS*, 8(16), 05-26. doi:<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-02-05-26>
- Molas-Castells, N., & Rodríguez, J. (2017). La narrativa transmedia: la Carta Ancestral en educación secundaria. *Razón y Palabra*, 21(98), 221-233.
- Moreno, D., García, R., & Espejo, C. (2018). Identidad patrimonial e implicación local en el desarrollo turístico de Lorca (Región de Murcia, España). *Revista de Ocio y Turismo (ROTUR)*, 12(2), 16-29. doi:<https://doi.org/10.17979/rotur.2018.12.2.3431>
- Ortega, D. (27 de marzo de 2017). *Colegio de Comunicólogos de Baja California*.
- Osorio, R. (2018). Reportaje: la metodología del periodismo. *Comunicación*(38), 37-49.
- Ramón, D. (2021). *Narrativa transmedia: Torata de historias y valientes*. Santa Rosa. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/17038>

- Rojas , J., & Panal , A. (2017). El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de Bleacher Report, L'équipe y Marca. *Ámbitos*(38), 1-20.
- Romo, M., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). Estrategias de redes sociales para la promoción de macanas artesanales de la provincia del Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10). doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.705>
- Salas, R., & Salas , R. (2019). Impacto de la red social Facebook en el proceso educativo superior de las matemáticas considerando la ciencia de datos. *Nóesis. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 28(55-1), 23-42.
- Sánchez, L. (2017). HACIA EL DISEÑO DE LA MARCA TERRITORIAL RODADERO "MÁGICO DESTINO". *Turismo y Sociedad*, 21, 145-164.
- Torres, M., Gonzales, Y., & Manzano, O. (2020). Marca ciudad como estrategia de competitividad urbana en las ciudades intermedias. *Revista Espacios*, 41(36), 171- 185. Obtenido de <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n36/a20v41n36p15.pdf>
- Urrutia, A., Islas, O., & Gutiérrez, F. (2019). De prosumidores a observadores: una tendencia emergente en Internet y en los jóvenes ecuatorianos. Resultados del estudio del World Internet". *Revista Latina de Comunicación Social*, 969- 996. doi:10.4185/RLCS-2019-1367-50
- Varas, C., & Esquivel, C. (2021). Comunicación digital en confinamiento 2020: El aumento de seguidores en tres perfiles de Instagram orientados al bienestar. *Razón y palabra*, 25(110), 9-24.

ANEXOS

Anexo 1

Focus Group con tituladas en comunicación con proyectos transmedia



Anexo 2

Entrevista a Beatriz Guancha analista turística del municipio



Anexo 3

Entrevista a Jorge Largo profesional en Comunicación y Cultura Digital



Anexo 4

Entrevista a Alcivar Guancha licenciado en cine y audiovisuales



Anexo 5

Abg. José Sánchez, asesor jurídico de comunidad minera



Anexo 6

Ovidio Rendón, Jefe de la unidad de cultura y deporte municipal



Anexo 7

Xavier Zambrano habitante del cantón



Anexo 8

Sandro Cabrera, productor agrícola



Anexo 9

Francisco Cedeño, artista musical



Anexo 10

Wilmer Coronel, residente en el cantón



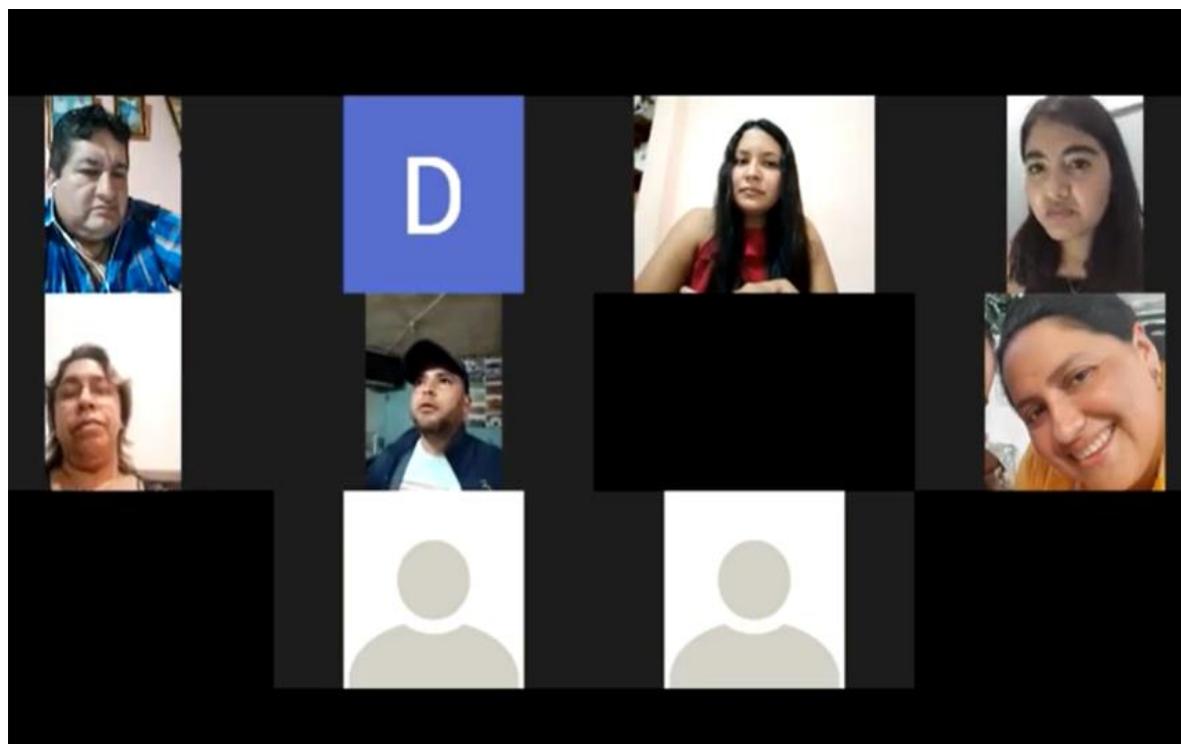
Anexo 11

Carlos Veliz, licenciado en gestión gráfica y publicitaria



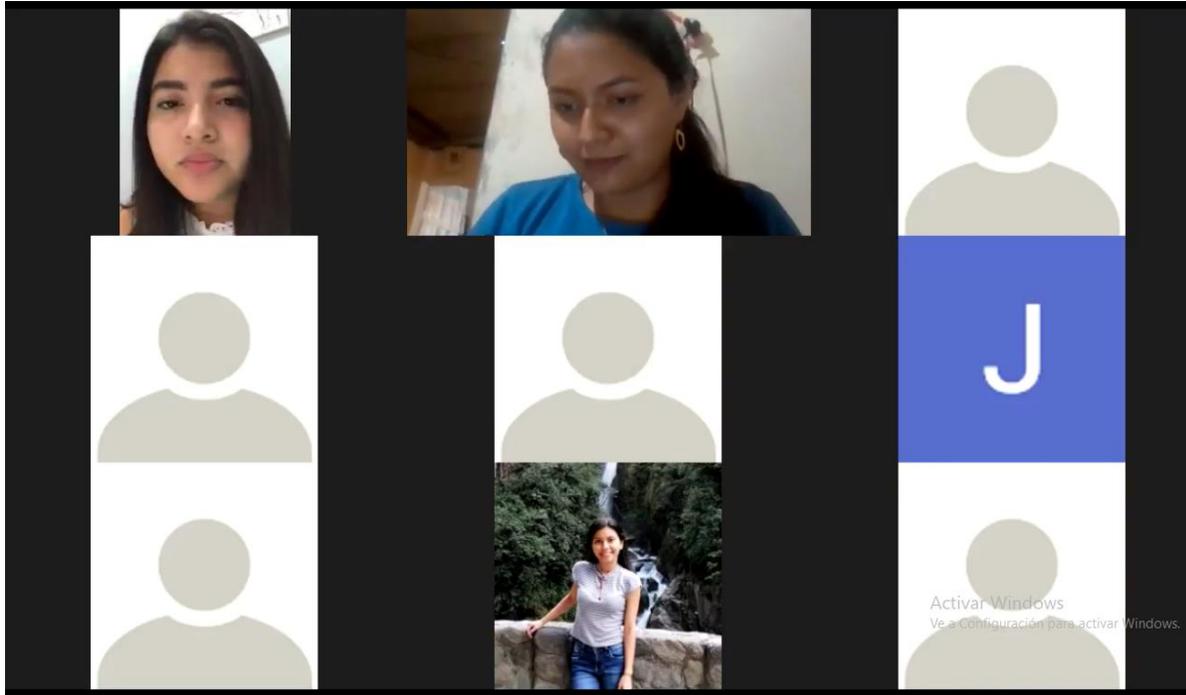
Anexo 12

Focus Group con habitantes del cantón



Anexo 13

Focus Group con habitantes del cantón



Anexo 14

Entrevista a Beatriz Guancha analista turística del municipio

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Plato tradicional seco de gallina criolla</p> <p>-Las personas del cantón son hospitalarias, es algo que los caracteriza</p> <p>-Pueblo de gente emprendedora y también de grandes negocios</p> <p>-Desde la municipalidad se da espacio a contenido de emprendimiento y otras áreas para resaltar aquello</p>	<p>-No hay leyendas específicas, son las mismas historias de todo el Ecuador</p> <p>-A Camilo Ponce Enríquez se le conoce solo por las minas, por eso se quiere mostrar la otra cara del territorio ya que posee otros atributos que mostrar</p> <p>-Se cuenta con un plan estratégico de turismo, desde 2010 que se está de a poco siendo renovando de acuerdo a los presupuestos</p>	<p>-El cantón es considerado como un pueblo mestizo, con 3 pisos climáticos de costa a sierra</p> <p>-Este territorio es agro-minero y a futuro se planea se constituya como agro-minero turístico</p> <p>-Pueblo enriquecido de oro, es un aspecto potencial</p> <p>-Anteriormente se contaba con un registro de 9 sitios turísticos y ahora cuenta con 35 sitios de interés</p> <p>-En las próximas semanas se publicarán videos sobre turismo como parte del nuevo proyecto turístico</p>

Anexo 15

Stewart Rendón, Jefe de la unidad de cultura y deporte municipal

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Un pueblo que ha crecido gracias a la suma de esfuerzos entre la población del cantón</p> <p>-Existe una formación andina en conjunto con funcionarios para promover cultura a nivel cantonal</p> <p>-El cantón está ubicado en un punto estratégico del Ecuador, como una conexión entre las provincias</p> <p>-Una de las historias que se cuentan es que el año 1981, se dio una de las mayores crecientes del Ecuador donde se fueron los puentes, y las personas tenían que trasladarle por el río y en maquinaria</p> <p>-El rodeo montubio es una tradición, ya que están conformada por nativos del lugar</p>	<p>-No todos los proyectos que se tenían pensados desde la municipalidad se pudieron realizar esto debido a las restricciones por la pandemia.</p>	<p>-La identidad de Camilo Ponce Enríquez es la tradición, tradición comunitaria y familiar por la armonía de su gente</p> <p>-Se plantea un proyecto para dar realce a los grupos culturales, tradiciones y turismo, para dar a conocer con mayor profundidad el mundo del arte.</p> <p>-La diversidad es lo que hace único a este territorio, ya que hay habitantes de tanto Costa, Sierra, Oriente que se han radicado</p> <p>-Desde el nombre del cantón hay mucha historia</p> <p>-Antes pasada por el lugar la vía ferra, antes existían las riendas del tren, pero las dejaron perder.</p>

<p>-Gente trabajadora, personas progresistas</p> <p>-Actualmente se están promoviendo a los artistas</p>		<p>-Hay reconocimiento por el ámbito deportivo tanto local como nacional.</p>
--	--	---

Anexo 16

Entrevista Xavier Zambrano habitante del cantón

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Antes había pocos habitantes y todos se apoyaban entre sí.</p> <p>-El cantón tiene mucha historia, sobre cómo se veía antes el oro en el río Villa, en donde el general colombiano Villa trabajaba, por ello se debe el nombre del lugar.</p> <p>-La esencia de las personas del cantón es caracterizada por su trabajo y nobleza.</p>	<p>-Poco a poco el cantón ha ido creciendo y viene nuevas personas, entonces ya no existe esta familiaridad porque hay muchos desconocidos.</p> <p>-Había pantanales antes en Pedregal, donde había tortugas gigantes y peces. Pero ahora eso ya se ha perdido por el avance de las camaroneras y la minería.</p>	<p>-En el año 1970 no existía una carretera principal como ahora, sino un pedregal por donde se movilizaba.</p> <p>-En sus inicios el cantón era netamente agrónomo y ganadero.</p> <p>-El señor Cesar Zambrano fue el pionero en tener una agencia de noticias del diario El Universo y el único que tenía un televisor en la época, que les permitía a los pobladores ir a ver novelas y noticias.</p> <p>-Primero había los lavadores de oro, actividad a la que muchos se dedicaron y luego si el, aunque inicia la minería a mayor escala</p> <p>-Todas las generaciones deberían conocer las historias y las personas</p>

		<p>que hicieron patria aquí, pero aún no se lo hace en el cantón.</p> <p>-Un pueblo que no conoce su historia, no puede construir una identidad.</p>
--	--	--

Anexo 17

Entrevista a Jorge Largo, comunicador y magister en cultura digital

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Es importante que el gobierno municipal cuente con la determinación de los puntos atractivos del lugar, ya sabemos que el destino es Camilo Ponce Enríquez, pero debemos conocer cuáles son los lugares que podemos visitar.</p> <p>-Videos 360° son un producto atractivo para el turismo</p> <p>-La comunidad debe colaborar con lo que se esté haciendo, es un trabajo en paralelo</p> <p>-Historias escritas, podcast, reel fotográficos, reportajes, son parte</p>	<p>-Todo es un tema de adaptabilidad, por eso si no se lo maneja bien no puede tener el rendimiento esperado. Esto sería un problema grande para el trabajo de narrativa que se está haciendo</p> <p>-La narrativa transmedia requiere de recursos y producción de gran valor económico, sin embargo depende de lo que se desea realizar.</p>	<p>-Se debe considerar el plan de turismo cantonal, para poderse basar en los puntos atractivos del territorio</p> <p>-Se debe identificar personajes e historias para poder enganchar a la audiencia</p> <p>-Cualquier poblador se siente identificado con su tierra, de algún modo u otro</p> <p>-Las narrativas transmedia son herramientas que permiten contar una historia</p> <p>-Se hace uso de la crossmedia en este tipo de proyectos</p>

<p>de una maquetación adecuada para usar en una plataforma</p> <p>-Todas las plataformas son buenas, no hay una dinámica establecida, pero hay que identificar el público objetivo para ser más selectivo en estos espacios</p>		<p>-Se enfocar en 1 o 2 destinos turísticos, ya que la producción es pesada dentro de estos productos</p>
---	--	---

Anexo 18

Entrevista Sandro Cabrera, productor agrícola

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Los principales productos que se expenden en el mercado, son el cacao, banano</p> <p>-El sector minero, consume en gran escala los productos se ciclo corto</p> <p>-Los colaboradores son del territorio y por eso beneficiamos a las familias de forma directa</p>	<p>-Nuestro trabajo en ocasiones pasa por desapercibido, pero debe ser valorado porque es uno de los trabajos más necesarios, ya que hablamos de alimentación de la población.</p> <p>-Unas 2 o 3 personas se han interesado por conocer de nuestro trabajo en la producción orgánica, pero personas de afuera no del cantón.</p> <p>-Hay falta de dirección técnica, para poder innovar y avanzar con este sector productivo, por eso las autoridades deberían apoyar más a este sector.</p>	<p>-El sector agropecuario apoya a la economía del cantón y generando fuentes de trabajo</p> <p>-Nos sentimos orgullosos de nuestro trabajo, ya que ser campesino y productor agrícola, ya que producimos nuestra tierra</p> <p>-Nuestro trabajo responde a la necesidad alimenticia del pueblo</p> <p>-Me siento orgullo de ser ponceño, ya esta tierra me ha dado tanto</p>

Anexo 19

Entrevista Abg. José Sánchez, asesor jurídico de comunidad minera

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-No se debe olvidar de los otros sectores como la agricultura, que ayuda a la economía del sector.</p> <p>-Me siento orgullo que dentro del cantón se dinamice la economía.</p> <p>-El cantón es una comunidad de alegría</p>	<p>-La ganadería es uno de los sectores productivos en los que se ocupa menor mano de obra.</p> <p>-Estamos atrasados en tecnología con respecto a la minería. Se debe proyectar en otros métodos innovadores.</p> <p>-La contaminación de los ríos, es un problema latente respecto a la relación que tiene con la minería.</p>	<p>- “Camilo Ponce Enríquez es parte de mi vida y yo soy parte de este territorio”</p> <p>-La economía se ha dinamizado específicamente con la minería, la agricultura y el turismo. Sin embargo, el 60% representa al sector minero debido a que esta área se ocupa mayor cantidad de mano de obra.</p> <p>-Yo me siento realizado gracias a la minería, debido a que trabaje en esta actividad desde los 12 años.</p> <p>-Gracias a la minería, hay mejor rentabilidad y la calidad de vida en este territorio.</p> <p>-Minería es emprendimiento y estabilidad laboral</p> <p>-Me siento orgulloso del cantón Camilo Ponce Enríquez porque me abrió muchas</p>

		-“Este territorio me dado mucho y yo muy poco”
--	--	--

Anexo 20

Entrevista a Alcívar Guancha licenciado en cine y audiovisuales

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-La toma no debe ser simple, debe de sentirse y captar las sensaciones y emociones para expresar la pasión.</p> <p>-Se necesita una buena producción ejecutiva, de campo, guion, ya que es fundamental para la ejecución de la filmación.</p>	<p>-Si la edición no logra cristalizar la idea principal, se echa a perder un buen proyecto.</p> <p>-Cualquiera puede decir que Camilo Ponce Enríquez no tiene identidad, porque no hay rasgos específicos que lo caractericen .</p>	<p>-Hay que partir por una buena idea, planificación y el desarrollo de cada uno de los procesos. Es importante que el personal que trabaje en el proyecto tenga las características técnicas adecuadas.</p> <p>-El cantón tiene un punto positivo en cuanto la migración de personas de todo el país.</p> <p>-Se debe enganchar a las personas usando temas de bondad, solidaridad, sensibilidad, ya en cualquier formato de producción siempre se manejan emociones.</p>

Anexo 21

Entrevista Francisco Cedeño, artista musical

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Cada estrofa de la canción tiene mucha emotividad y es pensando desde el alma</p> <p>-Podremos salir de la ciudad, pero siempre tendremos el cariño por este territorio</p> <p>-Es una canción que permite que los habitantes se sienten identificados</p>	<p>-El cantón no solo debe identificarse por la minería, tiene más diversidad.</p>	<p>-La canción “Ponce Enríquez del Alma” nace por la necesidad de tener una canción que represente mucho más allá, para que el ponceño se sienta orgulloso de ser lo que es.</p> <p>-Las personas de este cantón son carismáticas, amigables y sociables</p> <p>-Esta tierra me ha visto crecer y aprender todo lo que es, es toda mi vida</p> <p>-Un cantón de oportunidades</p> <p>-Hay que llevar a este cantón en el corazón</p>

Anexo 22

Wilmer Coronel, residente en el cantón

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Soy oriundo de Nabon</p> <p>-Hicimos en conjunto con mi hermano un estudio de mercado en el lugar, para emprender con un negocio de electrodomésticos</p>	<p>-En estos años que llevo viviendo en el lugar, he podido conocer muy poco sobre su parte turística</p> <p>-Se necesita potenciar la actividad turística, porque ni uno que vive en el lugar conoce sobre determinados puntos atractivos</p>	<p>-19 años viviendo en el cantón, que me abrió las puertas</p> <p>-Tengo mi negocio propio actualmente</p> <p>-Le conozco a esta tierra como un sector minero, donde la gente migra para poder trabajar</p>

Anexo 23

Focus Group tituladas en proyectos transmedia

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-No hay que tener miedo hablar con la gente y personas que tengan contactos, para tener más agilidad</p> <p>-Se debe hacer uso de los medios tradicionales para poder llegar a su público objetivo. Ya que hay personas que siguen enganchados a este tipo de medios.</p> <p>-Uno de los productos con mayor repercusión fue un stand para mostrar el trabajo que se hizo.</p> <p>-Los programas en vivo, con participación de la gente tiene un eco importante, las personas se conectan e interactúan por la cercanía que tiene ver a su gente produciendo este tipo de contenido.</p> <p>-Los códigos Qr para tener mayor accesibilidad al contenido en redes sociales.</p>	<p>-Deben planificar la publicación del contenido, porque falta el tiempo y se atrasan en los procesos, poniendo en riesgo la calidad de su trabajo.</p> <p>-No todo el contenido pasa por el docente guía, por ello deben manejar una misma línea y trabajar muy bien en la calidad del contenido que cumpla con los estándares gráficos.</p>	<p>-Hay que encontrar una historia que contar, algo emocional de mucho significado.</p> <p>-Transmedia es una aventura, donde se personaliza la historia para llegue a las demás personas, es una forma digerible para la audiencia.</p> <p>-Los mundos transmediales son producto de las ideas de la gente.</p> <p>-Deben ver algo interesante para encontrar la identidad de la ciudad.</p> <p>-Karma es una aplicación que permiten identificar las estadísticas de las redes sociales.</p> <p>-Trabajar en una narrativa de un territorio es un compromiso que tenemos con nuestra tierra.</p> <p>-Los adultos mayores tuvieron el espacio necesario para hablar de sus experiencias en el territorio. Son nuestras piezas claves.</p>

		<p>-Buscamos que las personas se sientan identificadas.</p> <p>-Los productos más fuertes en la narrativa fueron los podcasts, docuficción, programas en vivo, transmisiones en vivo, stand, videos cortos y fotografías.</p> <p>-Facebook, Instagram, Spotify son plataformas más usadas y versátiles. Actualmente Tik Tok que tiene una gran acogida también.</p>
--	--	---

Entrevista Carlos Veliz, licenciado en gestión gráfica y publicitaria

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-La identidad facilita la comunicación del mensaje y aumenta su eficiencia</p> <p>-El formato digital es uno de los más indicados para promover una marca o identidad ciudad, debido a que permiten segmentar el público</p> <p>-El mundo digital permite la interacción de todos los formatos desde texto a multimedia</p>	<p>-No se debe dejar llevar por ideas libres, sino basados en investigación de campo y parte teórica fundamentada.</p>	<p>-Una identidad ciudad debe estar cargada de atributos positivos, capaz de ofrecer la más alta productividad del rubro.</p> <p>-La identidad de un proyecto está conformada por un nombre atractivo que le da una imagen llamativa, la cual crea permanencia y fidelidad de sus colaboradores</p> <p>-Una identidad visual destaca el logo y el logotipo. Como una combinación que de comunicación verbal</p> <p>-No siempre se necesita tener mucho dinero o herramientas, sino saber hacer las cosas bien para tener buenos productos desde el periodismo digital</p> <p>-Los videos 360 son actualmente una tendencia</p>

		<p>-Los videos tutoriales, facilitan a las personas aprender hacer algo, por ende, podría ser un recurso para que la gente participe en su dinámica, desde productos tradicionales del territorio, por ejemplo, un plato típico</p>
--	--	---

Anexo 25

Focus Group con habitantes del cantón

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-La minería no ha permitido tener una fuente de ingresos económicos, aunque esto no ha dado problemas de salud.</p> <p>-Clima húmedo y una ubicación geográfica importante.</p> <p>-El cantón es conocido a nivel nacional por la minería</p> <p>-El destino turístico que debe ser promocionado son las aguas termales, para promocionar un turismo rural</p> <p>-El rio Gala es lo que más sobresale en el sector</p> <p>-Cascada del Manto de la Virgen y el Chorro</p>	<p>-Lastimosamente conocen también al cantón por la contaminación ambiental.</p> <p>-En algún momento el pueblo solo va a respirar azufre.</p> <p>-Dependencia a la minería.</p> <p>-Rio Chico es un rio muerto.</p> <p>-El cantón está politizado por empresas, hay personas buenas y malas que están gobernando este territorio.</p> <p>-Se necesita seguir investigando sobre la historia del cantón, porque hay desconocimiento del tema</p> <p>-No hay una página donde se exponga este tipo contenido histórico solo la del Gad que no</p>	<p>-Temporada del pichichi, era un aroma que salía de todas las casas y eran algo bonito, con una fruta tradicional de lugar.</p> <p>-No es el misma Ponce de mi niñez. Sin embargo, tuve la suerte de disfrutar de la agricultura, los ríos y las actividades tradicionales.</p> <p>-Gente emprendedora y trabajadora.</p> <p>-Camilo Ponce Enríquez es fuente de trabajo</p> <p>-La alegría de vivir y ser el cambio para nuestra ciudad</p> <p>-Donde quiera que voy digo orgullosamente que soy del cantón Camilo Ponce Enríquez</p>

	<p>nos representa porque solo es parte de la gestión administrativa.</p> <p>-Hay mucha gente desconocida ahora en el cantón y eso no está bien.</p> <p>-El cantón a nivel Azuay es uno de los más peligrosos por bandas y robos.</p> <p>-En los parques ya no hay como estar, porque la inseguridad se ha tomado el cantón</p> <p>-</p>	<p>-Al vivir tantos años en este territorio, se siente que uno es nativo de este mágico lugar.</p> <p>-En esta tierra nací, crecí y aquí he de morir</p> <p>-La unidad, trabajo, respeto, lealtad representan a este territorio.</p> <p>-He conocido varias ciudades del país, pero nada se parece a este territorio</p> <p>-Entre más conoces al cantón, más te apasionas y respetas a este territorio</p> <p>-Plenamente identificada con Camilo Ponce Enríquez</p> <p>-Antes el territorio se llamaba Mollepongo y cada familia buscaba sus propios alimentos, con la siembra en casa, buscaban agua en el río</p> <p>-El rodeo montubio es algo que lleva años de años en el cantón.</p>
--	---	--

		-Los interbarrales son parte de la algarabía de la gente, porque es una tradición.
--	--	--

Anexo 26

Focus Group con habitantes del cantón

POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE
<p>-Me siento identificado con este territorio, a pesar que no nací aquí</p> <p>-El comercio es uno de los factores importantes, ya que hay oportunidades.</p> <p>-El nombre de Shumiral es por unas plantas llamadas así</p> <p>-Los medios de comunicación permiten estar informados sobre lo que ocurren en el cantón, sobre todo los medios digitales</p>	<p>-Es prácticamente un sector minero, no más</p> <p>-Las costumbres van desapareciendo de a poco</p> <p>-Desconozco la historia del cantón</p> <p>-No hay un lugar donde se pueda conocer sobre la historia o mayor información sobre los inicios del territorio</p> <p>-Al buscar información no se encuentran datos interesantes, solo la ubicación del cantón</p> <p>-Hace falta gestión en el sector turístico y propaganda</p>	<p>-Gente trabajadora, que busca salir adelante</p> <p>-El territorio se caracteriza por ser minero y agrícola</p> <p>-La riqueza natural como las montañas y colinas son parte de nuestra imagen.</p> <p>-Gente colaboradora en los distintos ámbitos</p> <p>-Hay cosas vividas en este territorio, que nunca se podrá olvidar. Pero han dejado un bonito recuerdo como las ferias y los rodeos</p> <p>-Los miradores y ríos deben potenciarse para que más personas conozcan sobre aquello.</p>

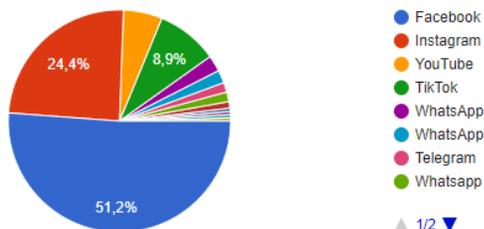
		<p>-La parte religiosa, la virgen, danza y otros eventos culturales, deben ser promocionados</p> <p>-Preparación del café y chocolate orgánico es uno de los temas que se podría promocionar, ya que no le da mayor importancia</p> <p>-Las ruinas también deben tener mayor promoción</p>
--	--	--

Anexo 27

Evidencia de encuesta realizada a la población sobre el uso de redes sociales

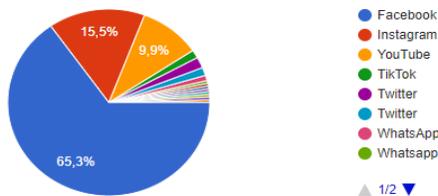
¿QUÉ RED SOCIAL UTILIZA MÁS?

213 respuestas



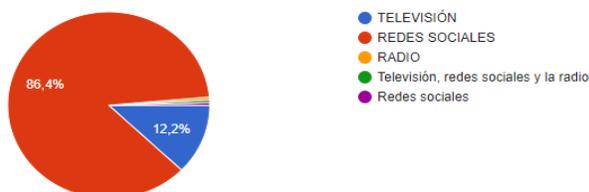
¿QUÉ RED SOCIAL UTILIZAS PARA INFORMARTE?

213 respuestas



¿EN QUÉ MEDIOS TE INFORMAS MÁS?

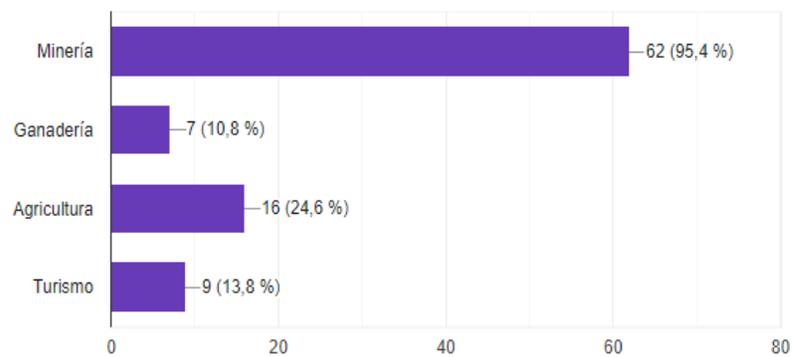
213 respuestas



Anexo 28

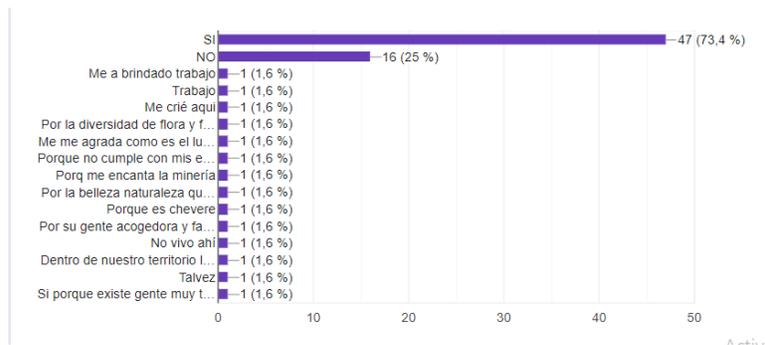
Análisis de resultados de encuesta realizada a la población

1. ¿Qué caracteriza al cantón Camilo Ponce Enríquez?



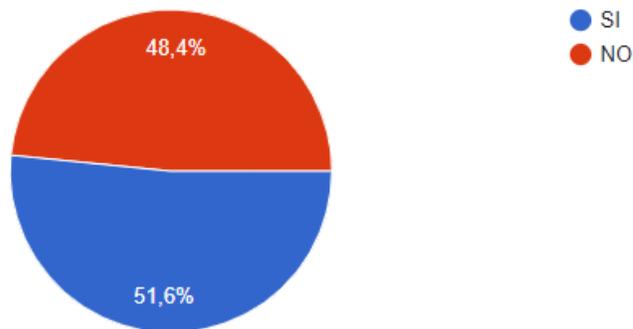
Al tratarse de un sector agro minero, se pone en evidencia que estas son sus principales características, pero en gran parte con un 95,4% la minería es una de las más representativas para sus habitantes. Seguido de la actividad agrícola con un 24,6%, turismo con 13,8% y 10,8% ganadería.

2. ¿Se siente identificado con el Cantón Camilo Ponce Enríquez? ¿Por qué?



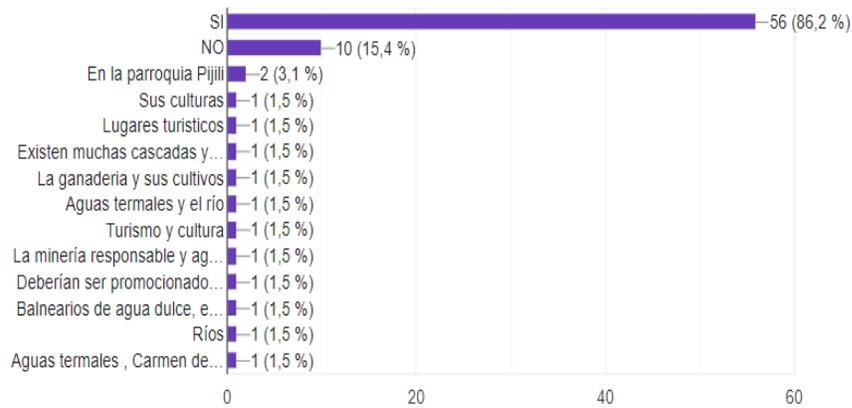
Los habitantes del cantón en un 73,4% se sienten identificados con su territorio, pero un 25% no lo está, esto debido a distintas razones que están representadas en 1,6%, dentro de los aspectos positivos la oportunidad laboral, el ser nativo del lugar, amor por la minería, su gente acogedora, belleza natural. Sin embargo, hay quienes consideran que Camilo Ponce Enríquez no cumplen con sus expectativas, por como se ve físicamente el lugar o por la distancia que tienen las personas que ya residen fuera del territorio.

3. ¿Conoce de la historia del Cantón Camilo Ponce Enríquez?



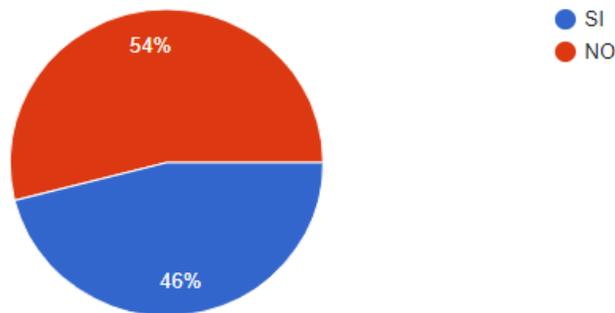
Es importante que los habitantes del lugar conozcan sobre su historia, sin embargo, las cifras están marcadas por poca diferencia con un 51,6% se evidencia que la población si conoce sobre la historia de su territorio, mientras que el 48,4% desconoce sobre aquello. Desde ahí parte una problemática de desconocimiento sobre uno de los aspectos elementales del cantón y sus inicios.

4. ¿Considera que el Camilo Ponce Enríquez tiene atractivos que deberían ser promocionados? ¿Cuales?



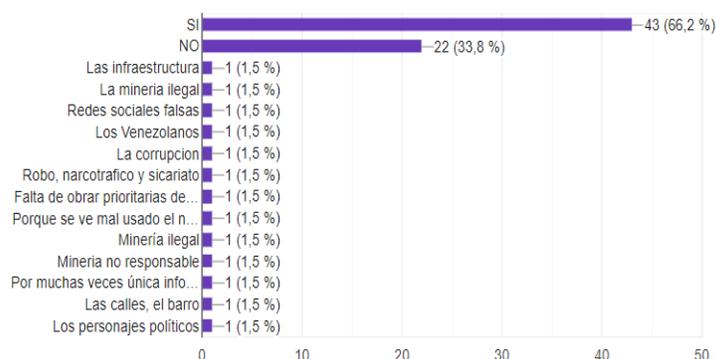
El 86,2% considera que, si se deberían promocionar los atractivos turísticos como la parroquia Pijili, cascadas, ganadería, cultivos, cultura, minería responsable, balnearios de agua dulce, aguas termales. Mientras que con un 15,4% piensan que no se debe promocionar estos espacios.

5. ¿Cree que en la web existe información relevante sobre el Cantón Camilo Ponce Enríquez?



En este aspecto se considera con un 54% que no hay información relevante sobre el cantón en la web. Sin embargo, un 46% opinan que si hay este contenido.

6. Según su criterio, ¿Hay aspectos negativos que empañan la imagen del Cantón Camilo Ponce Enríquez? ¿Por qué?



Con 66,2% consideran que, si hay aspectos negativos que causan problemas a la imagen del cantón, como la infraestructura, minería ilegal, redes sociales falsas, migración venezolana, corrupción, robo, narcotráfico, sicariato, falta de obras y los personajes políticos. Mientras que hay un 33,8% considera que no existen estos puntos.

Anexo 29

Entrevista a Segundo Erraez fotógrafo histórico del cantón



Anexo 30

Evidencia de entrevistas realizadas



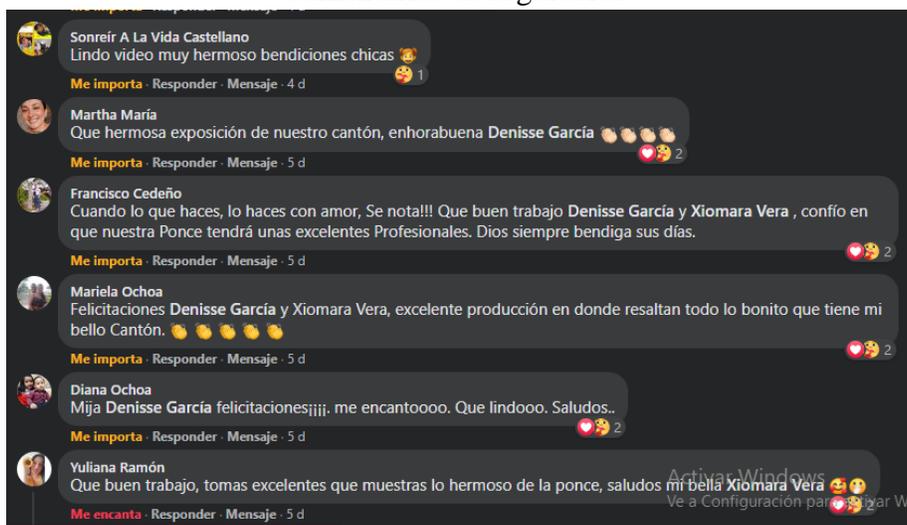
Anexo 31

Grabación en exteriores



Anexo 32

Comentarios de seguidores



Anexo 33

Comentarios de habitantes hacia los personajes

