



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EL REPORTAJE COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL PARA
POTENCIALIZAR LOS PAISAJES CULTURALES DE LA PROVINCIA DE
EL ORO

PALACIOS ABAD DARWIN STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El reportaje como herramienta comunicacional para potencializar los paisajes culturales de la Provincia de El Oro

PALACIOS ABAD DARWIN STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

El reportaje como herramienta comunicacional para potencializar los paisajes culturales
de la Provincia de El Oro

PALACIOS ABAD DARWIN STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

QUEZADA TELLO LADDY LISET

MACHALA, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2019

MACHALA
2019

Nota de aceptación:

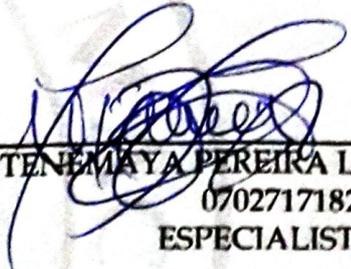
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado El reportaje como herramienta comunicacional para potencializar los paisajes culturales de la Provincia de El Oro, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



QUEZADA TELLO LADY LISET
0704310291
TUTOR - ESPECIALISTA 1



PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA
0105413298
ESPECIALISTA 2



TENEMAYA PEREIRA LUIS ENRIQUE
0702717182
ESPECIALISTA 3

Machala, 11 de septiembre de 2019

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE
INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ Submitted to Fundación Universitaria del Area

Andina

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

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

El que suscribe, PALACIOS ABAD DARWIN STALIN, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado El reportaje como herramienta comunicacional para potencializar los paisajes culturales de la Provincia de El Oro, otorga 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 tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara 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.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume 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, 11 de septiembre de 2019



PALACIOS ABAD DARWIN STALIN
0705469468

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado en primer lugar y con todo el cariño y el amor a mis padres, quienes gracias a su esfuerzo día a día a su cariño a sus regaños y sermones han estado en las buenas y en las malas conmigo en este proceso, los cuales se desvivieron por darme una carrera y que sea un miembro productivo de la sociedad y darle un buen futuro a mi esposa e hijo además del mío, gracias padres adorados por creer en mi capacidad y potencial sabiendo que a pesar de los momentos difíciles nunca me he rendido con la firme convicción de no rendirme.

A mi adorado hijo Luis Raúl, quien con su llegada me motivo para no darme por vencido convirtiéndose en mi motivación principal por quien buscar cumplir mis metas personales y a nivel profesional. Gracias a ti mi tío querido que por cosas del destino ahora estás en el cielo junto a nuestro padre celestial cuidándonos y velando que cumplamos nuestro destino y este logro va para ti porque siempre confiaste en mí gracias por todo tío adorado, gracias por inculcarme que para ser alguien en la vida hay que batallar mucho hasta cumplir los objetivos.

AGRADECIMIENTO

Quiero aprovechar para agradecer en primer lugar a la Universidad Técnica de Machala, institución la cual me acogió en sus salones por 5 años incluidos un preuniversitario el cual aprobé y me dio la oportunidad de seguir una carrera que a nivel personal a inicios no era mi área pero que poco a poco fue llenando mis expectativas hasta hoy en día estar a un paso de graduarme con muchas ganas de aplicar lo aprendido y más que un trabajo si no como una pasión que despertó en los salones de estudio, a mis maestros por siempre aconsejarme y compartir con nosotros sus conocimientos y llegar a ser más que catedráticos nuestros amigos, a mi grupo de amigos que por cosas del destino hoy no nos podemos incorporar juntos pero con quienes compartí grandes momentos y quienes me ayudaron en culminar este proyecto.

Gracias a mi tutora del proceso de titulación Lcda. Laddy Quezada Tello, quien me ayudó a desarrollar con éxito mi trabajo de investigación, por sus orientaciones, correcciones y consejos para que salga todo bien confiando en mi capacidad como estudiante y futuro profesional.

RESUMEN EJECUTIVO

“DESARROLLO DE UNA PROPUESTA AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL PARA POTENCIALIZAR LOS PAISAJES CULTURALES DE LA PROVINCIA DE EL ORO.”

Autor: Darwin Stalin Palacios Abad

Tutor: Lcda. Laddy Quezada Tello

Dentro de la diversidad cultural que existe en la provincia de El Oro y gracias al Proyecto Orotopía con su proyecto de vinculación, se investigó a profundidad la temática del patrimonio cultural logrando identificar la escasa difusión de estos temas en los diferentes cantones de la provincia de el Oro; por esta razón surge el interés de informar acerca de ítems relacionados a la cultura como es el caso de los paisajes culturales, los mismos que son: “lugares que combinan el trabajo de la naturaleza y el ser humano, y que son ilustrativos de la evolución de la sociedad humana y del uso del espacio a lo largo del tiempo, bajo la influencia de limitaciones físicas y/o oportunidades presentadas por el medio natural y de sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales” (Silva y Fernández, 2015, pp. 181-214). Dentro del presente estudio se lanzó una propuesta para un producto audiovisual donde se potencien los paisajes culturales que existen en la provincia, tomando como referencia al cantón Chilla y al Bosque Petrificado de Puyango, sitios en los que se tiene la idea de realizar un contraste por ser de distinta clasificación dentro de la caracterización de los paisajes culturales. En lo que respecta a los contenidos comunicacionales para su difusión se hace el uso de las TICs, pues la facilidad de compartir información y el menor coste de estos medios permiten la transmisión por estos medios de difusión, es por ello que Campos, Rúas, López y Martínez (2016) expresan que “los medios tradicionales, los metamedios y las redes digitales conforman la arquitectura de la sociedad de la comunicación a través de la que se relacionan millones de ciudadanos, organizaciones y otros actores sociales” (pp.449-457)

El objetivo fundamental de esta investigación es evidenciar el significado de los paisajes culturales a través de la realización de un producto audiovisual que incluya las raíces oreenses, ya sean por temas religiosos como el cantón Chilla o temas arqueológicos como el Bosque Petrificado.

Por tal razón como plataforma de difusión del producto audiovisual se pensó en utilizar la fan page de Orotopía, pues ya existe un trabajo previo en dicha plataforma en temas de patrimonio cultural y en rescate de los paisajes culturales, además de una exposición fotográfica de las diferentes parroquias de la provincia de El Oro, las cuales son parte de nuestro patrimonio cultural tangible por todas aquellas materias que se pueden manipular e intangible por sus leyendas, bailes, anécdotas, canciones y demás situaciones culturales que van enmarcadas dentro de nuestro proceso.

A esto la difusión por redes nace como una forma viable de dar a conocer el producto audiovisual, pues para Rabello y Musse (2016) la *fanpage* “llega a un público más extenso sea por su diversidad o cantidad, que el blog, lo que puede ser ocasionado por las herramientas disponibles en Facebook” (pp. 73-88); dado a ello se parte con la intencionalidad de visualizar los paisajes culturales existentes en nuestra provincia, mediante esta red social, con la finalidad única de que los contenidos sean difundidos a través de las diversas herramientas que la red social nos ofrece.

Palabras claves: Paisaje Cultural, Visualización, Nuevas Tecnologías, Patrimonio Cultural, Orotopía, Producto audiovisual, Reportaje audiovisual y *FanPage*

ABSTRACT

“DEVELOPMENT OF AN AUDIOVISUAL PROPOSAL AS A COMMUNICATION TOOL TO POTENTIALIZE THE CULTURAL LANDSCAPES OF THE PROVINCE OF EL ORO.”

Author: Darwin Stalin Palacios Abad

Tutor: Lcda. Laddy Quezada

Within the cultural diversity that exists in the province of El Oro and thanks to the Orotopía Project with its linking project, the theme of cultural heritage was investigated in depth, identifying the scarce diffusion of these themes in the different cantons of the province of El Oro; for this reason the interest arises to inform about items related to culture as is the case of cultural landscapes, the same that they are:

"places that combine the work of nature and the human being, and that are illustrative of the evolution of human society and the use of space over time, under the influence of physical limitations and/or opportunities presented by the natural environment and successive social, economic and cultural forces" (Silva and Fernández, 2015, pp. 181-214).

Within the present study, a proposal was launched for an audiovisual product that enhances the cultural landscapes that exist in the province, taking as a reference the canton of Chilla and the Petrified Forest of Puyango, sites in which the idea is to make a contrast because they are of different classification within the characterization of cultural landscapes. With regard to the communicational contents for their diffusion, the use of ICTs is made, since the ease of sharing information and the lower cost of these media allow transmission through these diffusion media, which is why Campos, Rúas, López and Martínez (2016) express that "the traditional media, metamedias and digital networks make up the architecture of the communication society through which millions of citizens, organizations and other social actors are related" (pp.449-457).

The fundamental objective of this investigation is to evidence the meaning of cultural landscapes through the realization of an audiovisual product that includes the orenses roots, either by religious themes such as the canton Chilla or archaeological themes such as the Petrified Forest.

For this reason, as a platform for the dissemination of the audiovisual product, we thought of using the Orotopía fan page, since there is already a previous work in this platform on issues of cultural heritage and rescue of cultural landscapes, as well as a photographic exhibition of the different parishes in the province of El Oro, which are part of our tangible cultural heritage for all those materials that can be manipulated and intangible by their legends, dances, anecdotes, songs and other cultural situations that are framed within our process.

For Rabello and Musse (2016), the fanpage "reaches a wider audience, whether because of its diversity or quantity, than the blog, which can be caused by the tools available on Facebook" (pp. 73-88); given this, the intention is to visualize the existing cultural landscapes in our province, through this social network, with the sole purpose that the contents are disseminated through the various tools that the social network offers us.

Keywords: Cultural Landscape, Visualization, New Technologies, Cultural Heritage, Orotopia, Audiovisual Product and Audiovisual Report

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	12
CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO	12
1.1- Ámbito del estudio: caracterización.	12
1.1.1- Planteamiento del problema.	13
1.1.2- Localización del problema objeto de estudio.	14
1.1.3- Problemas complementarios	14
1.2.- Hechos de interés	14
1.2.1- Población.	15
1.2.3- Nivel o alcance de la investigación	15
1.3-Objetivos de la investigación.	15
1.3.1- Objetivo general	15
1.3.2- Objetivos específicos	15
DIAGNÓSTICO	16
2.1- Fundamentación teórica.	16
2.1.1 Patrimonios Culturales	16
2.1.2 ¿Qué son los paisajes culturales?	17
2.1.3 Paisajes Culturales según la UNESCO	18
2.2 Concepción Teórica del diagnóstico	20
2.3 Descripción del ciclo diagnóstico.	21
2.4 Técnicas e instrumentos para la diagnosis	21
2.4.1- Cronograma de actividades	23
2.5 Resultados de la diagnosis.	23
2.5.1 Análisis de la encuesta	23
2.5.2 Análisis de la observación	27
2.5.3 Análisis de la entrevista	28
CAPÍTULO III	29
PLAN DE ACCIÓN	29
3.1- Identificación de la intervención.	29
3.2- Fundamentación teórica de la intervención	29
3.2.7 Métodos de producción audiovisual	32
3.2.8 Tipos de producción audiovisual	33
3.2.9 ¿Por qué decir que el factor económico es una de las causas que dificultan una producción audiovisual?	34

3.2.10 La comunicación como herramienta para potencializar el patrimonio cultural	35
3.2.11 Las redes sociales	36
3.3.1 Objetivo General	37
3.3.2 Objetivos específicos	37
3.4 Planes de la intervención	37
Plan 1. Nombre de la propuesta	38
Plan 2. Estructura de la propuesta	38
Plan 3. Reportaje Audiovisual	39
Plan 4. Caracterización del contenido	45
3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención	46
3.5.1- Análisis de la intervención.	46
CAPÍTULO IV	47
RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN	47
4.1- Descripción y contrastación teórica de los logros de intervención.	47
4.1.1 Estadísticas del producto audiovisual	47
4.2 Conclusiones	51
4.3 Recomendaciones	53
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	54
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Cronograma.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 2. visualización cultural... ..</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 3. Reportaje como forma de difusión.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 4. Tipo de contenido... ..</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 5. Visualización de contenido.</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 6. Ficha de observación.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 7. Entrevistas.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 8. Fases del Reportaje audiovisual.</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 9. Guión Técnico... ..</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 10. Características a partir del producto audiovisual... ..</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 11 Conocimiento sobre los paisajes culturales.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 12. Mención de los paisajes culturales en su cantón... ..</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 13. Medios de difusión.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 14. Tipo de producto.....</i>	<i>63</i>

INTRODUCCIÓN

A través del tiempo al hablar de paisajes culturales la sociedad ha confundido el significado de esta terminología al referirse solo a una imagen mental prediseñada con la integración de un paisaje de cuentos, o una vista que desde la escuela los libros nos han venido inculcando a las personas sin saber que un paisaje cultural no es solo una formación montañosa a la luz de un amanecer si no que esta es “la interacción en el tiempo de las personas y del medio natural” (Cañizares, 2015); es decir todo esto es generado a través de un proceso que tiene como finalidad el producto y soporte de una identidad que distingue a una comunidad.

El presente proyecto está orientado en una necesidad identificada dentro del levantamiento de información realizado por el proyecto de vinculación Orotopía de la Universidad Técnica de Machala, pues dentro del mismo se abordó esta temática dentro del trabajo denominado “Paisajes culturales de las parroquias rurales de la provincia de El Oro, en donde con la participación de estudiantes de la carrera de Comunicación Social se levantó una base de datos que permitieran la construcción de contenidos comunicacionales, los mismos que generarían un mayor conocimiento a la comunidad nacional, local e incluso podría llegar a nivel internacional. Para la elaboración de este producto audiovisual, se mostrará parte de la dinámica de los paisajes culturales desde las principales anécdotas contadas por los propios actores del sector y por los datos recolectados en Orotopía.

Por tal razón como parte de un proceso de fomento en temas de patrimonio se encuentra que un paisaje cultural el cual “es entendido como una construcción social basada en la apropiación y la legitimación selectiva y reflexiva que, como todo acto de memoria, busca el rescate del olvido en un proceso de reconstrucción permanente” (Eljuri, 2013, p.18.)

La comunicación en este haber juega un papel primordial en la recolección de información y la difusión de la misma, pues comunicar no es solo hablar de dicho tema de moda, si no de informar lo que muchos pueden estar ignorando, siendo el principal tema en el foco de investigación, las tradiciones culturales que se han visto notablemente minorizadas en estos tiempos en los que la ciudadanía ha optado por tradiciones foráneas.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1- **Ámbito del estudio: caracterización.**

En la actualidad el patrimonio cultural en el Ecuador ha ido en descenso a nivel de notabilidad debido a la poca información e interés que muestra la población, los medios e incluso los distintos niveles de Gobierno en este tema. En relación a esto fue hasta el año 2012 que en la ciudad de Cuenca se da el primer encuentro de expertos en temas netamente culturales, abordando a los paisajes culturales en las plenarias de este evento; lugar donde también se manifiesta que las entidades encargadas de velar por el entorno patrimonial a nivel nacional deberían hacer mayor uso de la difusión en los medios sobre el patrimonio existente dentro del Ecuador.

Para la identificación de diversos factores que influyen en la percepción de la cultura de las nacionalidades o sociedades es imprescindible delimitar objetos de estudios y focalizarlos en grupos de atención, en este caso se habla de los paisajes culturales que forman parte del rico patrimonio cultural existente en el país y que poco a poco ha sido olvidado es una de las prioridades de un comunicador, pues el difundir y el presentar a los paisajes culturales como parte de un patrimonio cultural no es tarea fácil, dado a la confusión de conceptos existentes entre paisaje cultural y las definiciones cotidianas de un paisaje, pero Chandía y Lazo (2015) manifiestan que:

La complejidad de la puesta en valor de un patrimonio en torno a la identidad, requiere combinar herramientas que provienen desde distintas disciplinas: la antropología, la etnografía, arqueología e historia, la economía, la arquitectura, los estudios del patrimonio y el turismo. (pp. 46-69).

Bajo esta ideología que se ha planteado establecer un producto audiovisual como forma de estrategia comunicacional tanto para un público juvenil como ya adulto, dado a que los productos de carácter audiovisual tiene más acogida por parte de las persona en vez de un libro o informe académico; así lo manifiesta Menacho y Blas (2015): “Los videos pueden fácilmente integrar teorías del comportamiento que permitan lograr los objetivos del proyecto (...), producir un video comprende diversos pasos cómo trabajar con la población objetivo

para diseñar los mensajes y el contenido” (p.520).

1.1.1- Planteamiento del problema.

La idea de crear un producto audiovisual en pro de la visualización de los paisajes culturales de la provincia de El Oro, nace de una necesidad encontrada dentro del proyecto de vinculación Orotopía, en donde tras un levantamiento de información previo se identificó una falta de difusión de contenidos culturales, dando un realce a los paisajes culturales existentes dentro de la provincia, teniendo como primera experiencia un levantamiento fotográfico de las parroquias y cantones de la provincia de El Oro, por tal razón como proyecto de titulación nace la idea de crear un producto audiovisual enfocado a la potencialización de los paisajes culturales, con un formato de reportaje que permita ser difundido mediante el Fan Page de Orotopía y a la vez ser llevado a las personas para dar a conocer sobre lo que es un paisaje cultural desde la apreciación de diferentes autores y personas siendo estas los principales actores de la concepción cultural.

En la actualidad la poca difusión junto con los escasos proyectos a nivel local y nacional en temas culturales no es una novedad, pues solo hace falta al caminar por la calle preguntando al azar a una persona “¿Ud. conoce los paisajes culturales o acerca de la cultura que existe en su localidad?”; la respuesta será negativa pues la difusión de estos temas son muy pocos, a esto súmele el avance tecnológico y la influencia que tienen los jóvenes a través de las redes en donde lo que ven en sus “personajes favoritos” ellos lo replican sea en su forma de vestir, hablar, costumbres, tradiciones e inclusive la comida.

Por esta razón se considera que la creación de un producto audiovisual como parte de una propuesta que ayude a potencializar los temas culturales y en este caso los paisajes culturales de la provincia de El Oro sería una alternativa viable dado a la importancia que tiene este tipo de contenido sumándole a ello que el producto no debe de ser lineal para informar al público local y captar la expectativa de los turistas, por lo cual otro de las problemáticas captadas es el acceso a estas zonas ya sea por falta de buses o porque no se conoce la ruta y uniendo todo ello se obtiene que por la falta de contenidos relacionados con estas zonas culturales no hay una afluencia de personas llegando al punto inicial. Dado a ello se ha determinado el siguiente problema central:

¿Cómo potenciar los paisajes culturales de la provincia de El Oro, mediante el uso de productos audiovisuales?

Como parte de la temática de la estrategia comunicacional sabemos que al producir un proyecto audiovisual buscamos como finalidad el transmitir un mensaje directo y de forma dinámica hacia las personas sabiendo que de manera lineal esto podría no causar el impacto que se espera, a ello Gabilondo y Tabares (2016), definen al proyecto audiovisual como “toda obra realizada con la intención de propiciar un nuevo conocimiento o afianzar los ya obtenidos en función de potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje” (pp.254-264);

1.1.2- Localización del problema objeto de estudio.

Aplicando este conocimiento tenemos como propósito fundamental el de dar nuevos contenidos acerca de los paisajes culturales existentes dentro de la provincia de El Oro, es por ello que este trabajo se focalizó en dos cantones de la mencionada provincia, uno fue el cantón Chilla y el otro La Victoria específicamente en la reserva del Bosque Petrificado de Puyango, recalando que a nivel provincial existe un sinnúmero de paisajes y contenidos culturales, pero se enfoca en el cantón Chilla y el Bosque Petrificado de Puyango con la finalidad de contrastar la parte cultural religiosa con la parte cultural arqueológica de la provincia.

El proyecto está enfocado en potenciar los paisajes culturales de la provincia de El Oro partiendo inicialmente de estos dos puntos de contraste, con lo cual buscamos culturizar a las personas en temas que son netamente de su comunidad sensibilizando en contemplar el valor del patrimonio que contienen sus paisajes.

1.1.3- Problemas complementarios

- ¿Qué factores influyen en la falta de visualización cultural a estos sectores?
- ¿Qué tipo de producción comunicacional se está realizando para realzar este tipo de contenidos en la provincia?
- ¿El desarrollo de un producto audiovisual permitiría el realce de este tipo de contenidos a nivel local?

1.2.- Hechos de interés

La realización de este proyecto procura el realce de los paisajes culturales mediante la investigación y la realización de un producto audiovisual en donde el análisis de cada factor

es fundamental para determinar cuál es una o algunas de las causas para que actualmente la acogida hacia estos temas se haya visto minorizadas de manera considerable en relación a años anteriores, con lo cual se debe de seleccionar el producto audiovisual correcto para alcanzar el impacto esperado en el público.

1.2.1- Población.

Ciudadanía Orense

Muestra

Seguidores del *FanPage* de Orotopía

1.2.2 Enfoques de la investigación

El enfoque de esta investigación parte de lo cuantitativo a lo cualitativo, dado a que los resultados obtenidos de los instrumentos de investigación aplicados en el desarrollo de la propuesta van desde la aplicación de preguntas cerradas con resultados probabilísticos hasta el análisis de las mismas, teniendo además entrevistas que van al enfoque cualitativo que ayudan con la validez de la temática.

1.2.3- Nivel o alcance de la investigación

Tiene un nivel aplicativo pues cuenta claramente con intervención a propósito de las necesidades de la población objetivo. pues tenemos dos puntos en los que se levantó información para hacer un contraste entre ambas localidades para obtener resultados, también se le añade un nivel descriptivo dado a que se logró detallar las causas del porqué actualmente no existe mucha visibilidad de los paisajes culturales y sobre que trata tema en cada localidad.

1.3-Objetivos de la investigación.

1.3.1- Objetivo general

Potencializar los paisajes culturales de la provincia de El Oro mediante una propuesta audiovisual.

1.3.2- Objetivos específicos

- Identificar los paisajes culturales que cumplan con las características de la investigación.
- Establecer el formato audiovisual, guiones que se utilizaría para la propuesta audiovisual.
- Elaborar la propuesta audiovisual para la solución de la problemática planteada dentro

del proceso de investigación.

- Analizar el nivel de impacto del producto audiovisual en su aplicación con la población de estudio.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1- Fundamentación teórica.

2.1.1 Patrimonios Culturales

Este es el tema que se ha puesto “de moda en discusión actualmente por diferentes actores del medio, puesto que al hablar de patrimonio cultural se toman referentes que en su tiempo eran en boom pero que actualmente no tiene significancia gracias que la juventud ha hecho de la cultura tradicional un olvido total, gracias a que existen diferentes factores que estos sigue por moda o por simple empatía por lo cual dejan a un lado el patrimonio ya sea de su localidad como el Nacional, sabiendo esto podemos cuestionar ¿qué pasaría si en el Ecuador no se realiza un proyecto focalizado en el rescate cultural tanto en lo que es en arte, gastronomía, tradicional, leyendas y demás?, pues la respuesta está en la mente de cada persona si se dedicasen a analizar un poco, dado a que al no realizar un proyecto que favorezcan al rescate cultural, la pérdida patrimonial de nuestros ancestros, que han ido pasando de generación en generación quedará en el olvido y nuestras raíces serán sepultadas, llegando a hacer un país que no conoce sus descendencias y mucho menos sabe cómo fue que llegaron a ser la sociedad que hoy en día son.

A esto los autores Carreño C, Meca J, Mora M, Ochoa K y Rodríguez L (2016) mencionan que: “el patrimonio cultural, entendido como espacio posible para la construcción de memoria e identidad, se convierte en un ente vivo, que debe su morfología, gramática, narrativa y lógicas, a aquel trasegar temporal que ha demarcado su existencia, que abordada desde el momento actual”; por tal motivo en el territorio Nacional se debería de trabajar focalmente en el rescate patrimonial desde un punto en específico comenzando por las zonas en donde se hayan evidenciado pérdida abundante de cultura, esto se evidencia más en las ciudades más grandes del país como Quito, Guayaquil, Machala, Cuenca y demás, porque en estas ciudades es donde la juventud tiene más contacto con medios de difusión más expresivos como lo son el internet.

Por esta razón en las zonas rurales de dichas cabeceras provinciales es poco evidente dado que existen tribus o concejos barriales en los que trabajan internamente en la evidencia de sus tradiciones, esto es más evidente en el Oriente ecuatoriano, puesto que hay están las tribus étnicas de nuestro territorio, es decir que están ahí los primeros habitantes de la tierra ecuatoriana, que no han optado en la modernización porque sabían del peligro patrimonial que esto significaba para con su pueblo, dado a esto sus vestimentas, costumbres, comidas y demás son nativas de ellas, llegando a tener una ley muy clara como la que dice “para entrar en nuestras tierra debes de beber, vestir y comer nuestros alimentos para ser visto como hermano”, esta es una frase muy común escuchada desde la escuela por quien redacta este artículo.

Pero haciendo un paréntesis a esto, no se debe de confundir el patrimonio cultural con los paisajes montañosos, la cascada bajo un arcoíris o un campo lleno de flores con un bello atardecer, cuando se sabe que, si efectivamente estos son paisajes, pero no precisamente culturales, dado a que no guarda un significado ni mucho menos tiene una relevancia ancestral como la dicha en el oriente ecuatoriano.

2.1.2 ¿Qué son los paisajes culturales?

Entiéndase como paisajes culturales al “resultado no sólo de la diversidad biológica, sino también de los aspectos culturales y sociales en donde, principalmente, el aprendizaje y la adaptación de los pobladores a distintas circunstancias ambientales delinearon su estructura” (Trujillo, 2016, p. 86-111); en pocas palabras es el conjunto de diversidad ambiental, social y tradicional de un entorno en el cual conviven personas compartiendo costumbres de un mismo entorno.

En Ecuador la diversidad de los paisajes culturales es basta pues el país es caracterizado por su gran diversidad cultural y patrimonial que embellecen su zonas territoriales, aunque estas con el pasar de los años se han visto afectadas por el mal cuidar de los ciudadanos que en estas habitan, dado a que se han encargado de acabar con ciertas maravillas patrimoniales que hacían del país un encanto a visitar, pero esto no ha sido el responsable total del debacle cultural en el país cabe señalar que con el pasar del tiempo y con la llegada de las nuevas tecnologías a manos de la nueva generación, la caída cultural se ha visto mayoritariamente afectada pues los jóvenes han optado por imitar a sus “ídolos” en su forma de hablar, vestir,

convivir y demás factores que en parte poco a poco ha llegado a influenciar a parte de las personas adultas que por su curiosidad también han llegado a seguir esta oleada tecnológica para actualizarse según sus nuevos ideales a partir de su integración en nuevas redes.

A esto no cabe la menor duda que la afectación cultural se verá mayormente afectada por el descuido hacia las tradiciones de los pueblos más representativos, que son parte de los encargados para que el patrimonio no se vea olvidado por parte de la sociedad, pero cabe señalar que los paisajes están formados por fragmentos de vegetación silvestre, lugares significativos para las personas que habitan un territorio específico, personas de distintas edades haciendo énfasis en aquellas que llevan más tiempo habitando el lugar y que se encargan de contar generación tras generación, leyendas, cuentos, anécdotas y otro tipo de historias que son significativas para la persona y su entorno porque esto forma parte de la memoria cultural, también forman parte los animales, cercos, y otros lugares en donde es posible observar el realce natural, social entre otros.

2.1.3 Paisajes Culturales según la UNESCO

La definición de paisajes culturales se ha visto notablemente confundida por diferentes factores que la hacen compleja de entender, por lo cual Fernández (2016), afirma que:

Los paisajes patrimoniales, culturales en la nomenclatura de la Unesco, son un campo teórico emergente en materia de bienes culturales. A pesar de que gozan de un notable reconocimiento, su conceptualización no está suficientemente definida debido, en parte, a las contradicciones que caracterizan el debate científico actual tanto en la esfera del patrimonio como en la de los paisajes. La Unesco, la institución internacional más reconocida en relación con el patrimonio, especialmente por la elaboración de la Lista del Patrimonio Mundial, refleja estas paradojas conceptuales y metodológicas, muchas de ellas sobrevenidas en el debate sobre los recursos culturales desde que se aprobara el texto de la Convención del Patrimonio Mundial en 1972. (p. 176-179).

Partiendo de este punto se puede acotar que los paisajes culturales no son solo lo el estereotipo de las montañas al amanecer, al mediodía o la imagen de la playa al atardecer; pero cabe señalar que existe una diferencia de conceptos entre patrimonio cultural y paisajes culturales, pues esto es lo que ha causado en conflicto conceptual entre estas dos terminologías debatiendo entre la comunidad científica y patrimonial que estudia estas dos

ramas culturales con la finalidad única de rescatar los valores que poco a poco han ido desapareciendo en varias partes a nivel mundial, pero direccionando toda esta información a un ámbito local analizando los paisajes culturales de la provincia de El Oro se lo enfocaría a la diversidad existente en varias partes para lo cual el análisis de los medios se deberá realizar de una manera extensiva para que se haga un enfoque correcto hacia el concepto ideal.

A esto se puede acotar que al debaten existente entre patrimonio y territorio es aún mayor y la confusión se hace mayoritario dependiendo el punto de vista del investigador, que lo dirigirá hacia los paisajes patrimoniales o también llamados culturales, expresión la cual se ha utilizado por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO); desde el año de 1992 dentro de la convención para conservar el Patrimonio Mundial Natural y Cultural de 1972 que es tema que actualmente se está analizando críticamente en nuestro país.

Antes que nada, cabe señalar que los paisajes patrimoniales son aquellos que tienen un valor cultural único por lo que son preservados y cuidados de tal forma que se garantice su preservación a través del tiempo, dado a que su valor es incalculable tanto monetariamente como en significación ancestral por lo que su pérdida genera un daño cultural que no tiene remedio dentro de los valores de un territorio en específico, por ello el INPC (2011) citado por INPC (2015) como parte de un proyecto cultural define al paisaje cultural como:

Parte del territorio que engloba un sistema coherente, articulado de acciones e interacciones naturales y humanas marcadas e integradas por la geografía que lo conforma y por los procesos históricos desarrollados; producto del cual se crean espacios, territorios, de singulares características con valor histórico, socio-cultural, ecológico, estético, visual, productivo, económico, religioso, espirituales y simbólicos de reconocimiento local, parroquial, cantonal, provincial y/o nacional e inclusive internacional. (pp. 9942-955)

Como un ejemplo de preservación se obtiene que en la ciudad de Quito se ha tratado de cuidar a uno de los lugares más significativos del país y del mundo, como lo es el centro histórico y las iglesias que son símbolo del tiempo colonial que rigió en Ecuador por muchos años antes de la independización de los españoles, como parte una conceptualización idónea tenemos que Mechtild Rössler (2002), presidenta del Centro del Patrimonio Mundial de la

Unesco, menciona que los paisajes culturales son “obras que “...combinan el trabajo del hombre y la naturaleza”, de acuerdo al Artículo 1 de la Convención. El término "paisaje cultural" incluye una diversidad de manifestaciones de la interacción entre el hombre y su ambiente natural.” (pp. 49-57)

2.2 Concepción Teórica del diagnóstico

Analizando los diferentes puntos de vista sobre qué es un diagnóstico, se obtiene una variedad de definiciones sobre este término en singular, conociendo que esto a su vez depende mucho de las veces del lugar en que sea aplicado y el factor por el cual se ha tomado en consideración su aplicación, es por ello que según Cury y Arias (2016) expresan que:

Su relevancia metodológica radica en que la formulación del diagnóstico ha de ofrecer una síntesis completa de los resultados del estudio de cada caso particular, que permita y fundamente de manera adecuada la mejor intervención social posible. Por lo tanto, la correcta formulación del diagnóstico social en cualquier ámbito de intervención en trabajo social supone un reto destacado, y constituye una responsabilidad y una competencia profesional propia. (pp.9-24)

Posterior a identificar la concepción teórica de lo que era la terminología de “diagnóstico” se procedió mediante los métodos y técnicas aplicadas dentro de la temática investigativa, se determinó que el reportaje audiovisual sería un producto idóneo para proceder en esta intervención además de ser la propuesta final y la más adecuada para el trabajo investigativo, por el contenido a difundir, el tiempo de grabación, duración, dinamismo y mensaje claro, con lo cual se intenta llegar al público de tal manera que este entienda el mensaje y no se cansa con la duración del contenido a difundir, a esto el objetivo fundamental es llevar un mensaje de concientización y de empoderamiento sobre los paisajes culturales existentes dentro de su localidad en este caso el cantón Chilla con un tema culto-religioso y la localidad del Bosque Petrificado de Puyango perteneciente al cantón Las Lajas, cabecera cantonal La Victoria con un tema culto-arqueológico. No obstante, cabe señalar que “la creatividad es un elemento clave en el desarrollo de los nuevos productos, ya que a menudo el conocimiento de que disponen las empresas es inadecuado e insuficiente para satisfacer las necesidades cambiantes del entorno” (Moreno y Munuera, 2014, pp.72-86); esto recalca la importancia del cómo será elaborado dicho reportaje pues cabe señalar que este debe de ser un producto creativo que llame la atención del espectador con la finalidad que este sirva como difusor del contenido que ha visto.

2.3 Descripción del ciclo diagnóstico.

Teniendo como punto inicial la concepción de este tema, se puede estructurar una comprensión fundamental de los factores que son indispensables para la intervención metodológica para realizar este proyecto, dado a ello, se logra determinar la importancia de aplicar no solo un método de investigación sino varios de este tipo de metodologías y técnicas diferentes que aportarán con la validez tanto teórica como la experiencia de haber laborado tanto en la parte conceptual como en el campo de estudio, estas técnicas y métodos investigativos serán detallados a continuación.

2.4 Técnicas e instrumentos para la diagnosis

a) Encuestas

Este tipo de técnica de investigación aportó con datos relevantes para la investigación además de ayudar a seleccionar el producto comunicacional idóneo para presentar este tipo de contenidos en donde la población no se aburra en los primeros dos minutos de presentación, además este tipo de técnicas se puede adaptar a la propuesta del trabajo para obtener de forma clara un pequeño sondeo de opinión, porque según Jorge Padua (2018) menciona que “el cuestionario se utiliza en las preguntas inmediatas y no tan obvias, es que aquellas deben de hacer referencia a lo que el investigador quiere estudiar”

Dentro del proceso se utilizó la encuesta como una herramienta fundamental para el levantamiento de información y captar de forma estadística los principales elementos que aporten dentro de la realización del producto audio visual, para que el mismo obtenga el dinamismo que se espera.

b) Observación

Con la aplicación de esta técnica nos vimos obligados a utilizar todos los sentidos para no dejar escapar ni el más mínimo detalla dentro del campo de acción en el cual no vimos involucrados al momento de realizar este proyecto investigativo, puesto que se logró analizar el campo de investigación a realizar dentro de esta temática para poder obtener una idea más nítida al momento de plasmarla dentro del contenido propuesto, de igual forma sostenemos que la observación:

Es un procedimiento que ayuda a la recolección de datos e información y que consiste en utilizar los sentidos y la lógica para tener un análisis más detallado en cuanto a los hechos y las realidades que conforman el objeto de estudio; es decir, se refiere

regularmente a las acciones cotidianas que arrojan los datos para el observador.

(Campos y Lule, 2015, pp. 45-60)

De igual forma este método de investigación se lo aplicó en la recolección de información tanto del cantón Chilla como del Bosque Petrificado de Puyango, con la finalidad de captar aquellas impresiones al palpar de cerca la realidad de nuestros paisajes.

c) Entrevista

Este tipo de herramientas de investigación cualitativa ayudó en la obtención de la información desde un punto de vista ciudadano y de los especialistas en el tema, pues es de suma importancia conocer esas opiniones de quienes conocen y de quienes no para tener una idea clara de que vamos a obtener y para quienes difundir este tipo de información, además para Herrera (2017) la entrevista es “una técnica en la que una persona (entrevistador), solicita información de otra o de un grupo, para obtener datos sobre un problema determinado” (p.15); basándonos en esta ideología tenemos que la entrevista en este tipo de contenidos es esencial por la información que se está indagando y porque mediante la misma nos podemos informar más en su transcurso.

Las entrevistas fueron trabajos aplicados en los diferentes escenarios en los que se hizo la recolección de información, optando por captar el conocimiento tanto de especialistas en el tema, como aquellas historias, leyendas, o historias que los habitantes conservan en sus memorias.

d) Etnografía Virtual

La utilización de este método de investigación, dio paso al análisis del reaccionar de las personas a través de las redes sociales, en este caso el Fan Page de Orotopía en Facebook, con lo cual se aborda desde las reacciones de cada persona, los comentarios, visualizaciones, interacción, alcance y puntos que permiten captar la aceptación del proyecto audiovisual en este medio de difusión, además de palpar la aceptación del mismo.

Por otra parte, Ruiz y Aguirre (2015) se refieren sobre la etnografía virtual manifestando que “no es una mera adaptación de un “viejo” método a un nuevo “campo” de estudio, sino una oportunidad de transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan la relación con lo técnico.” (pp. 67- 96)

Cabe señalar que se toma este método de investigación partiendo de un previo trabajo en redes sociales con una forma Cross media, en el que se trabajó con el proyecto Orotopía con la temática de paisajes culturales de las parroquias rurales de la provincia de El Oro, en donde

se hizo una exposición fotográfica, es decir con un plan transmedia, partiendo de este punto para la creación de un producto audiovisual con un formato de reportaje.

2.4.1- Cronograma de actividades

Tabla 1: Cronograma

Actividades	2019			
	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Proceso de desarrollo del tema a investigar	x	X		
Aplicación de las técnicas investigativas destinadas a esta propuesta		X	X	
Desarrollo de la propuesta a investigar	x			
Creación de guiones a utilizar	x	X		
Grabación de entrevistas	x	X		
Edición de material grabado			X	
Presentación en <i>fanpage</i> de la propuesta editada			x	
Desarrollo de las conclusiones			X	

Autor: Palacios Abad Darwin Stalin

2.5 Resultados de la diagnosis.

2.5.1 Análisis de la encuesta

A través de la aplicación de las encuestas se logró determinar los diferentes factores que ayudaron para el desarrollo de este proyecto, así como enmarcar el tipo de producto que se elaboraría para el desarrollo del audiovisual.

Tabla 2. Visualización Cultural

Pregunta 3	Frecuencia	Porcentaje
Si existe	15	20%
Existe, Pero es poca	50	67%
No existe	10	13%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad



Gráfico 1: Encuesta

Fuente: Tabla 2

Análisis e interpretación

De las 75 personas encuestadas el 67% expresa que existe una visualización de los contenidos culturales pero que es poca la difusión, el 20% expresan que sí existe y el 13% menciona que no existen, entonces es ahí donde entran los proyectos de potencialización para crear una mayor cantidad de difusión de los diferentes contenidos que existen a nivel provincial.

Tabla 3. Reportaje como forma de difusión

Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	75%
No	5	6%
Quizás	14	19%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad



Gráfico 2: Encuesta

Fuente: Tabla 3

Análisis e interpretación

El 75% de los estudiantes encuestados manifiesta que la utilización de un reportaje, es la mejor opción para la difusión de los contenidos culturales, por otra parte, el 19% de los encuestados consideran que quizás podría ser una alternativa viable para la difusión de los contenidos, mientras que un 6% expresan que no, pero a ello hay que implementar el análisis de los artículos para la elaboración del producto.

Tabla 4. Tipo de contenido

Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
Reportaje	16	22%
Documental	11	15%
Noticias	5	7%
Prensa Escrita	1	1%
Otros	8	11%
No conozco	32	44%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad

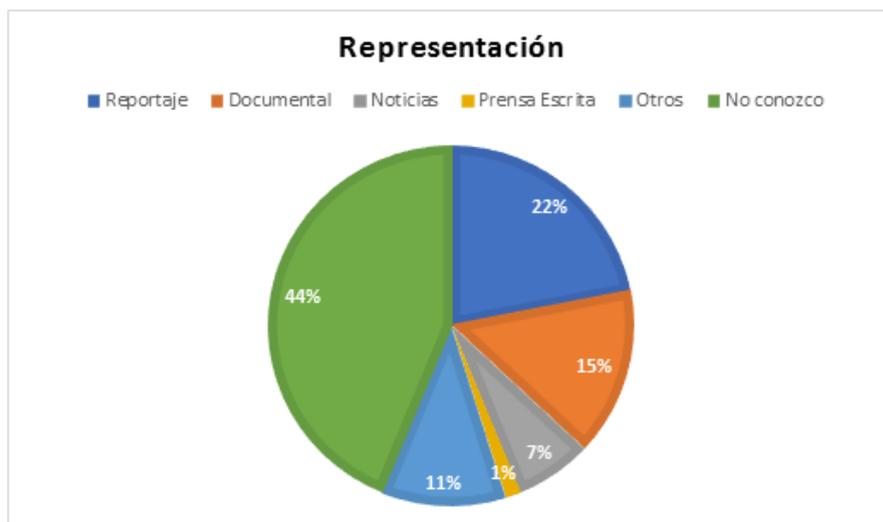


Gráfico 3: Encuesta

Fuente: Tabla 4

Análisis e interpretación

Del total de encuestados tenemos que el 44% del total de encuestados mencionan que no conocen qué tipo de contenidos suelen mostrar los medios que difunden contenidos culturales, el 22% manifiesta que los medios difunden reportajes por el tiempo y la calidad de contenidos que se presentan, el 15% mencionan los documentales presentados tanto en tv como en redes sociales “YouTube” y el 11% ponen en consideración el Facebook, entonces cabe señalar que se debe de trabajar de acuerdo a la idea que se tenga y a las respuestas del público al momento de reaccionar a un contenido.

Tabla 5. Valoración del contenido

Pregunta 7	Respuesta	Porcentaje
Desagradable	1	1%
Agradable	37	49%
Normal	5	7%
Excelente	32	43%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad

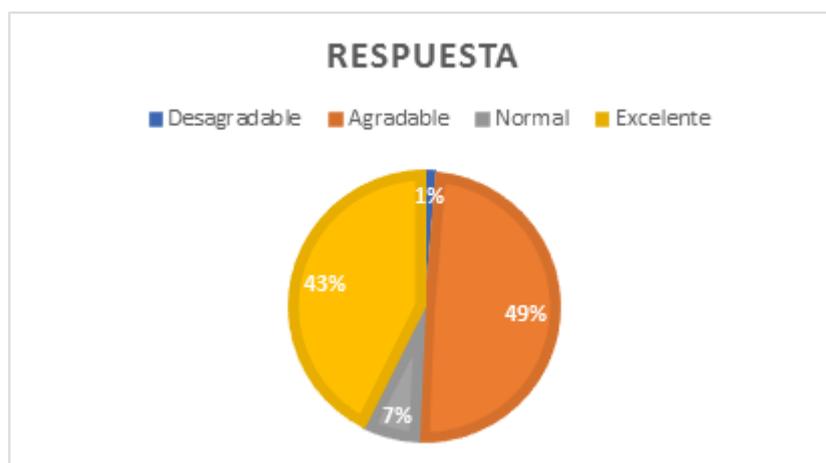


Gráfico 4: Encuesta

Fuente: Tabla 5

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestados se obtiene que el 49% de las personas opinan que la apreciación del contenido audiovisual en formato de reportajes sería agradable de observar, el 43% manifiesta que es una iniciativa excelente para disfrutar y el 7% manifiestan que es un contenido normal, partiendo de ello se debe de trabajar de tal forma que se alcance los niveles de excelencia en el producto audiovisual.

2.5.2 Análisis de la observación

Mediante esta técnica de observación, se logró identificar varios factores que contribuyeron en la construcción del producto audiovisual. Esta metodología fue aplicada en el cantón Chilla y en el Bosque Petrificado De Puyango partiendo desde el punto de salida hasta el recorrido en la localidad.

Tabla 6: Ficha de Observación

TEMAS A OBSERVAR	SI	Poco	NO SE OBSERVA
¿Los Sitios visitados cuentan con apoyo de entidades encargadas del patrimonio para realzar su entorno?			x
¿Existe una buena visibilización cultural tanto en medios tradicionales como en las redes sociales?		x	
¿Estos sitios con riqueza cultural cuentan con un departamento encargado de la difusión de contenidos culturales hacia los medios de comunicación?		x	
¿Cuentan con páginas web para su difusión de contenidos producidos por ellos como encargados de estos sitios?			x
¿Tienen guías experimentados para recorridos y narración de las historias tradicionales en estos sitios?	x		
¿Son lugares en los que se tiene un fácil acceso por unidad de transporte público?		x	
¿Cuentan con recursos financieros para el realce del entorno?		x	
¿Cuentan con material didáctico para la distribución en tiempos festivos?			x
¿Cuentan con una base de datos en donde se pueda construir un proyecto audiovisual de alto impacto tipo documental?	x		
¿El personal que labora tiene conocimiento de lo que es un paisaje cultural?	x		

Autor: Palacios Abad Darwin Stalin

2.5.3 Análisis de la entrevista

Tabla 7. Entrevistas

N°	TEMA	IDEA
1	¿Qué son patrimonios culturales?	Son todos aquellos bienes tangibles e intangibles que se ha heredado de generación en generación y que tienen un valor histórico
2	¿Qué son paisajes culturales?	Son obras que combinan el trabajo hombre y la naturaleza, además de una diversidad de manifestaciones de la interacción entre el hombre y su ambiente natural.
3	¿Por qué existe poca visualización cultural?	Por falta de recursos, pues estos son manejados por el Ministerio de Cultura, por lo cual debemos regirnos a las disposiciones de ellos y al mismo presupuesto
4	¿Existe una pérdida de valores culturales?	La cultura no se pierde, lo que se ha perdido es la evidencia cultural, pues la cultura es un hecho histórico que se regenera a través de los años.
5	Fecha de culturización de la Virgen de Chilla y las fiestas	El 6 de Julio del 2016, siendo la virgen y el niño Jesús son bienes culturales muebles y la fiesta es una cultura inmueble, referidos por parte del INCP.
6	Conocimiento sobre los paisajes culturales por parte de la comunidad	La ciudadanía no tiene una idea clara sobre lo que son los paisajes culturales, pues lo relacionan con paisajes que no reúnen las características para ser considerados culturales.
7	Leyendas	Parten desde el inicio de su fe, hasta el contar de cómo los extranjeros aprovecharon su perspicacia para llevarse la evidencia cultural.
8	Conocimiento de la localidad sobre la cultura	Las personas no conocen bien la cultura que existe en su localidad y lo relacionen con temas que no son propios de su comunidad.
9	Conocimiento sobre la patrona de Chilla	Una parte de la localidad de Chilla no reconoce a Santa Gertrudis como patrona del cantón.
10	Importancia de la Cultura y la religión para formar la identidad de los pueblos	Es un tema que van de la mano, pues la religión es una cultura que la mayoría de las personas poseen.
11	El papel del Estado en protección de la cultural en Puyango	El estado vela por el cuidado del bosque, pero la parte privada está descuidada, llegando a perder su valor cultural.

Autor: Palacios Abad Darwin Stalin

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1- Identificación de la intervención.

Inicialmente la ideal del proyecto nace de la vinculación realizada dentro del proyecto Orotopía de la Universidad Técnica de Machala, en donde se puso en evidencia la poca visualización de los paisajes culturales de la provincia de El Oro, en especial la falta de interés de la sociedad, actualmente la perspectiva social de los paisajes culturales y se ha convertido en algo monótono en relación de los temas que solo se visibilizan por parte de ciertos medios de comunicación a nivel nacional, ya sea por músicas o reportajes cortos en donde no se centran en la importancia de este tipo de temas que son las raíces de la sociedad, a nivel local esto hablando de medios televisivos dentro de la provincia de El Oro no se evidencia un contenido donde se topen la esencia del tema en sí, estos medios se han centrado en lo típico y más no en indagar las raíces de ciertos pueblos, como ya se ha indagado dentro de la investigación y tomando como punto de partida al cantón Chilla y la Parroquia Puyango específicamente el Bosque Petrificado, han mencionado que los medios de comunicación no se han acercado a hacer un contenido respecto a la temática ya expuesta dentro de lo escrito, y he ahí la importancia en la que radica la elaboración de este proyecto.

3.2- Fundamentación teórica de la intervención

3.2.1 Reportaje. – Este es un formato de producción audiovisual en el cual se presenta, narrará, describe un acontecimiento real que de una u otra manera causa un interés de un público a través de su contenido, pues este formato tiene la característica de ser corto, claro y debe de ser preciso para llegar con el mensaje claro a los televidentes, de esta forma Remedios F (2017) en su tesis doctoral manifiesta que el reportaje “es un género informativo en el que prevalece la forma narrativa, la humanización del relato y la utilización de un lenguaje más próximo al literario, aunque sometido a la objetividad de los hechos que se narran. (p.24).

Por otro lado, las autoras Cárdenas y Pérez (2018), ambas chilenas una Profesora de Lenguaje y Comunicación, Magíster en Comunicación y Doctora en Traducción y Ciencias del Lenguaje, Universidad Pompeu Fabra, España y la segunda Magíster en Estudios del Discurso y Doctora en Lingüística, Universidad de Lancaster, profesora adjunta, Universidad Bernardo O’Higgins, Santiago, Chile, expresan que el reportaje “es el modo visual el que

mejor propone significados en esta dirección” (pp. 217 – 236); partiendo de ello sostenemos la idea inicial puesto que el reportaje es un formato corto y preciso ideal para este tipo de contenidos audiovisuales.

3.2.2 Reportaje de audio y video o audiovisual. – Teniendo en cuenta la significancia de lo que es un reportaje y luego de haber indagado preliminarmente, es importante hacer un hincapié que, dentro de esta rama importante tanto de la comunicación social como parte del periodismo investigativo, se encuentra una división del reportaje como es el impreso, el docureportaje, el reportaje en audio, el reportaje audiovisual, etc., mencionando que este último es el que se ha aplicado en el desarrollo de esta temática pero es necesario tener en cuenta la selección del público “*target*” para el cual se va a dirigir cierto contenido, pues no todos las personas tienen afán a un mismo contenido.

Dentro de lo que es un reportaje audiovisual debemos de tener en claro que “un reportaje audiovisual es un ejercicio que pretende narrar lo que sucede en la realidad de forma más eficaz posible y se basa en seducir al espectador (...)” (Estrella, 2016, p. S/N); basados en esta referencia podemos analizar que dentro del ejercicio aplicado en la realización de este proyecto el reportaje audiovisual es el medio idóneo para comunicar el tipo de contenido que se ha propuesto.

3.2.3 Lenguaje audiovisual. – Partiendo de la importancia del comunicar y de la correcta utilización de las terminologías dentro del campo de la comunicación es imperativo mencionar que este punto en especial es de importancia absoluta pues se debe de señalar la importancia que cumple dentro del producto audiovisual y del mensaje que se quiere comunicar desde un emisor hacia el público receptor del mensaje, por ello Urrea (2014) en su escrito manifiesta que el lenguaje audiovisual “aplica los códigos narrativos con el mismo objetivo de solucionar los problemas de interpretación que surgen de las diferencias entre la percepción directa de la realidad y la que representan las formas audiovisuales” (pp. 36 – 42). De esta manera se tiene que “cuidar los términos usados para designar la información, pues el uso inconsciente de las palabras puede, entre otras cosas, seguir fomentando estereotipos” (Cuestas, 2015, pp. 67-87); especialmente en temas como los que se están tratando a lo largo de este escrito, pues gracias a los datos obtenidos en la vinculación con Orotopía podemos referir que la sociedad no conoce estas terminologías.

3.2.4 Nuevas Tecnologías. – Dentro de la difusión de información en la actualidad, las nuevas tecnologías juegan un papel importante pues es evidente el boom que ha tenido con la

sociedad actual a esto cabe referir que los medios se han visto obligados a mudar de lo tradicional (televisión por cable, radio por antena u ondas electromagnéticas) a los medios de internet debido al gran auge que ha tenido, tanto por tv online, radio online y muchos medios que han optado por esta nueva alternativa de difusión, de igual forma Grande, Cañón y Cantón (2016) se refieren sobre las nuevas tecnologías afirmando que:

Permiten al usuario una interacción total ya que, no sólo permiten elaborar mensajes, sino también decidir la secuencia de información a seguir, establecer el ritmo, cantidad y complejidad de la información que se desea y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información. (pp. 218-230)

3.2.5 La influencia del producto audiovisual. – Actualmente es bien sabido que la producción audiovisual en la difusión de información a través de las diferentes plataformas ha sido explotada no solo por los medios masivos de información sino también por aquellos personajes “*youtubers*” en dar a conocer hechos que a la ciudadanía le ha causado interés, todo esto gracias a las nuevas herramientas que nos brinda internet, por ello Ortells (2016) manifiesta que: “La integración de vídeo-noticias en cabeceras de prensa sólo es posible en el marco del escenario digital. La adaptación al entorno virtual de los medios tradicionales pasa por rediseñar su modelo de negocio y las estrategias utilizadas para contar la información.” (pp. 1-14)

Por otra parte, se puede analizar que “la producción de videos basados en análisis de tarea como estrategia influye significativamente en el desarrollo del aprendizaje” (Krammer y Yangali, 2015, p. 143-147); es por ello que es necesario que la producción de videos ya sean informativos o de otra índole sean bien direccionados para que aporten a la instrucción de quien está haciendo el papel de televidente.

3.2.6 Definiendo a la producción audiovisual

Al hablar de producción audiovisual se encamina en la mente de las personas lo relacionado a videos, gráficas con movimiento y sonido que se proyectan en un determinado medio de difusión direccionado para un determinado público en general, pero esta metodología surgió en años remotos en donde lo que se proyectaba en aquellos cines era el vivir diario de las personas, como por ejemplo el caminar por las calles; hasta que los hermanos Lumière revolucionaron esta rudimentaria técnica de producir imágenes con movimiento, pues en aquellos tiempos el sonido aún no era insertado en las pistas de los clip que fueron producidos “en los años de 1896” (García, 2018).

Según Rabadán, Á., & Bruzón, L., & Montaña (2015): “la comunicación funciona como un eje transversal e integral en proyectos de cooperación basándose a una comunicación no unilateral que favorece al desarrollo o derivaciones conceptuales propias de la evolución del término hacia la comunicación para la transformación social” (pp.44-56), entendiendo a esto como la difusión de contenido esencial para el avance de proyectos como el de la visualización de los paisajes culturales dentro de las comunidades investigadas, para el fortalecimiento patrimonial, el cual es el foco principal de los procesos hacia los cuales va dirigido la temática ya propuesta.

Dentro de la caracterización de los procesos audiovisuales se debe identificar el formato adecuado para la generación de los contenidos a difundir a través de las diferentes plataformas mediáticas audiovisuales que se encuentran en contacto con el público objetivo. Por lo cual, se tiene en claro que se trata de aplicar los formatos más indicados que resalten la información a transmitir, los géneros audiovisuales como: documentales, reportajes, docureportaje, informativos; siendo estos los géneros que se pueden utilizar para el objetivo principal de un proyecto que trata de exponer los paisajes culturales para una comunidad que desconoce su significado.

3.2.7 Métodos de producción audiovisual

Generalmente la metodología que se usa dentro de una producción audiovisual toma forma a partir de la idea, investigación que desarrolla el productor en conjunto con el equipo de trabajo y cliente emisor de la información. Además, las estrategias metodológicas a utilizar dentro de la maquetación del proyecto, debe ir a la par con el contenido a difundir, pues no se usará un estilo dramático para un proyecto de crónica, aunque existen casos especiales como los híbridos, pero en este punto no se disertará sobre ellos. Por esta razón y tomando en cuenta las directrices que un mentor tiene sobre su esquema se puede manifestar que no basta el saber de géneros audiovisuales sino también es necesario conocer sobre el libreto y los tipos de libretos que se usará dentro de su producción audiovisual de corte profesional.

De acuerdo a este punto se tiene como referencia al guión literario, en el cual se identificarán a los actores principales de la producción, los mismos que pueden hacer uso de la memorización del guión literario o aquellos que muestran de manera real, espontánea la trama que están presentando en un estilo de no ficción. A su vez, el guión de tipo técnico es

un documento que posee las especificaciones detalladas de todo lo que se va a realizar, el movimiento de los equipos de grabación, ángulos, sonido, luces (en caso de usarse) y demás direccionamientos de carácter técnico logístico que ayude en la producción.

Pero no todo los “productores” siguen a la normativa establecida para que un proyecto sea considerado profesional, es por eso que Ordóñez T. (2018) afirma:

Las carencias específicas de la producción audiovisual, a primera vista podrían parecer que responden únicamente a factores económicos, constituyen en todo sentido una falencia y por ello es difícil, por no decir imposible, abrirse paso para lograr estimular la producción con base en un sentido social, pero aún más complicado es poner en evidencia los fundamentos de la identidad cultural cuando estos previamente han sido tan manipulados y deliberadamente tergiversados. A todas estas complicaciones, cabe añadir una más, que son los significados de carácter colectivo que se han formulado de los hechos más relevantes de la historia, hechos que son sin duda quienes han dado nacimiento a los reglamentos de las actuales sociedades, materializándolas, anteponiendo los logros personales antes que los de la sociedad. (p.03)

A todo esto, se puede expresar que el sentido cultural de una sociedad se ve minimizado cuando por diversos factores internos - externos se genera una ruptura de hábitos e incluso en los últimos años, uno de estos factores es la adaptación de los jóvenes a culturas extranjeras a causa de la globalización , es por eso que el producir audiovisuales basados en contenidos culturales – patrimoniales permitirían el fortalecimiento de la identidad cultural local y se disminuiría la brecha que se ha generado por este fenómeno de las redes 2.0 en la población *millennial*.

3.2.8 Tipos de producción audiovisual

Dentro de lo que conlleva la creación de un producto audiovisual se debe de tener en cuenta diversos factores para determinar el tipo de producción que se quiere obtener y en especial dependiendo de las necesidades que se detecten en un entorno, pues existen diverso tipo de producción, pero antes de ello cabe recalcar que es importante tener en clara la idea que quieren producir para poder elegir un tipo de producción, para posterior a ello darle un formato acorde a los contenidos que se están ideando, pues existen los documentales, los

largometrajes, cortometrajes, programas para tv, videos corporativos, streaming, entre otros tipos, es por ello que Carmona (2014) menciona que “la iconosfera contemporánea ofrece un imaginario difícil de aprehender, ya que la realidad de las producciones audiovisuales cambia constantemente” (pp.98-102); a esto podemos referir que es imperativo que la selección del producto sea idóneo teniendo en cuenta la constante evolución de las producciones, en donde las que tienen una dirección lineal se convierten en archivos olvidados.

Cada producción tiene un género en el cual va a ser producido, como por ejemplo los programas de tv tienen su género como la ficción, el docudrama, publicitario, entretenimiento, informativos, entre otros y es necesario seleccionar el género en base al contenido en específico, en el caso de este proyecto el género utilizado fue el informativo, con un formato de reportaje por el contenido a presentar, pues el reportaje “está considerado una de las modalidades más completas del periodismo audiovisual en tanto en cuanto se fundamenta en la ampliación de la noticia, lo que comporta profundidad, variedad y conocimiento” (Bernardo y Pellisser, 2009, pp.328-349); partiendo de ello es por lo que se fortalece la idea de generar un producto audiovisual de género informativo con un formato de reportaje con la finalidad de alcanzar al público de hoy en día, pues como es de conocer general las redes sociales se han encargado de hacer que el medio informativo se convierta en medios transmedia en donde hay una migración de contenidos y los tipos de producción juegan un papel fundamental además que el investigador,

Tiene ante sí la posibilidad de devolver a quienes han prestado su imagen y su realidad el fruto de un trabajo compartido. Es más, dado el potencial empático que posee el audiovisual, se puede llegar a configurar como una herramienta hacia el empoderamiento social. (Vidal, Téllez, 2015, pp. 556-580)

3.2.9 ¿Por qué decir que el factor económico es una de las causas que dificultan una producción audiovisual?

Esta es una de las grandes dificultades que hacen que los proyectos audiovisuales se vean opacados y en muchas ocasiones estos no sean grabados, dado a que se debe tener en cuenta que una producción de bajo presupuesto de igual forma genera un gasto ya sean estos de movilización, equipos básicos y demás accesorios que se utilizan, por esto la planificación con antelación es necesaria para evitar las problemáticas en el camino.

A esto se debe acotar un problema adicional como lo es el tiempo de entrega del mismo pues

cada proyecto posee un tiempo de entrega dentro de las bases de producción por lo que el contar con un cronograma de actividades y seguirlo al pie de la letra facilita el trabajo de campo para lo cual se debe de organizar meticulosamente las actividades a realizar dentro del periodo establecido para la producción y postproducción de un film, que en este caso vendría a hacer el de evidenciar los “Paisajes culturales en la provincia de El Oro”, pero no solo este sino muchos más trabajos en la que la demanda de tiempo es un punto a tomar en cuenta dentro de los planes que se abordan en la ideación del film a rodar, por lo cual al hacer lo antes mencionado ayudará al manejo del tiempo de tal manera que generara espacios para corrección de errores.

3.2.10 La comunicación como herramienta para potencializar el patrimonio cultural

Con el avance de la tecnología y la llegada de los tics, la pérdida cultural aumentó con el paso de los años y sin una toma de cuenta respectiva a esta pérdida cultural, dado a que los mandatarios de turno tenían una política que excluían a los patrimonios culturales, es lo que se evidenciaba con cada mandato, pero la llegada del expresidente R. Correa se logró evidenciar un proyecto en pro de la cultura tradicional que se estaba perdiendo en el país, iniciado con los medios masivos de comunicación, en este caso la televisión, lo hizo con una ley que les imponía el transmitir un programa diario con contenido cultural y semanal un programa que tenga que ver con el rescate de la música tradicional.

El plan respaldaba a los artistas ecuatorianos, su búsqueda era de hacer notar a los pequeños grupos étnicos olvidados en los diferentes sectores del territorio Ecuatoriano, pero cabe señalar que esta proyección solo se direccionaba para el medio televisivo, radial e impreso, puesto que la red de banda ancha actualmente no es un medio controlado y sigue siendo un medio sin control en donde los contenidos que se difunden son amplios y muchos de estos no contribuyen en nada en el rescate cultural que es lo necesario en estos tiempos de pérdida tradicional.

Por ello el papel de la comunicación en estos temas cobra una importancia total, dado a que el saber difundir los contenidos y que lleguen a la ciudadanía no es una tarea que todos lo puedan hacer, puesto que se deben de dar mensajes claros, precisos y concisos que toquen el lado emocional de los habitantes del territorio nacional, por ende, se debe de hacer un arduo trabajo apegado a la ciudadanía con los mensajes precisos que hagan énfasis en el patrimonio

cultural que es el foco principal para trabajar dentro de estas temáticas, a además no se debe de minorizar la labor audiovisual que complementa la difusión de los mensajes, pero esto siempre va a ir a la par de los medios televisivos que trabajen a la mano de los comunicadores para que brinden los espacios pertinentes para la exposición de los contenidos que se logren obtener y que recalquen la importancia de los patrimonios culturales a nivel local.

La proyección y perspicacia del comunicador para obtener la información necesaria para los contenidos comunicacionales con temas tradicionales es una parte que es fundamental, porque el comunicador que se encargue del tema patrimonial debe de estar empapado con la información que va en busca, convencer a la ciudadanía para que brinden la información necesaria puesto que estos son los actores principales de los temas a difundir.

3.2.11 Las redes sociales

En la actualidad las redes sociales juegan un papel importante dentro de la comunicación moderna, debido a la inmediatez que esta genera gracias al internet y a la interfaz que manejan sus servidores, por eso que varios de los medios de comunicación, se han visto obligados a migrar sus programas a este medio donde más de uno puede ser protagonista de un nuevo contenido día a día, pues el medio lo permite y además si el contenido es novedoso el número de seguidores a los contenidos que se suban irá aumentando, un ejemplo de ello son los youtuber que con los contenidos que publican abarcan a más de 30 mil visitas, pero cabe señalar que no todos abarcan el tema cultural.

Otro punto señalado a partir de la incorporación de las redes sociales es que existe la facilidad para hacer directos, subir videos, o fotografías en tiempo real, solo basta estar conectado a la red para compartir información, esta es una de las principales ventajas de las redes sociales, entre ellas la que más sobresale en la inmediatez de información es Facebook, plataforma la cual actualmente se ha convertido en un medio de información inmediata y exagerada a la vez, pero para los propósitos culturales significa una gran ventaja.

Entonces tenemos que Monserrat, Gavilánez y Velasco (2019) definen a las redes sociales como “comunidades virtuales donde personas, organizaciones, empresas interactúan con usuarios de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común” (pp.29-44); dado a esto podemos mencionar que eh ahí la importancia de las redes sociales al momento de difundir un contenido, pues las comunidades que interactúan en este entorno son quienes producen la fluidez de los contenidos en la red dado a que si el producto presentado es de su

agrado estos compartirán los contenidos hasta viralizarlos.

Cabe señalar además que en las redes sociales los contenidos son muy diversos por lo que siempre se recomienda contrastar la información que en estos se localice, pero este tipo de herramientas sirven para potencializar contenidos que tienen un interés común, un ejemplo de ello es la *FanPage* de Orotopía a nivel local en la provincia de El Oro, la cual está en constante actividad, tanto por usuarios como por quienes son los encargados de compartir productos de calidad.

Por esta razón y como parte de una iniciativa nacida dentro de un proyecto de vinculación, se plantea elaborar productos comunicacionales en pro de la potencialización cultural, muestra de ello es el producto que se propone dentro de este proyecto en el cual se usa como herramienta fundamental usar como medio de difusión la *fanpage* de Orotopía en facebook, herramienta que permite difundir contenidos a nivel local, nacional y mundial dependiendo de la difusión que se planté para su viralización, además de ello otro plus de las redes sociales es la inmediatez que estas poseen al momento de la difusión de algún tipo de contenido, lo cual es una gran ventaja a comparación de los diferentes medios que crean un horario y a una parrilla dentro de la planificación jerarquizada por los diferentes canales de difusión masivos y tradicionales, por otro lado en las redes sociales se trabaja en horarios específicos para captar la mayor cantidad de audiencia.

3.3 Objetivos de la intervención

3.3.1 Objetivo General

Potencializar el patrimonio cultural de la provincia de El Oro por medio de un reportaje audiovisual, tomando como caso al cantón Chilla y al Bosque Petrificado de Puyango.

3.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un producto audiovisual basado en un guión técnico y un guión literario.
- Realizar entrevistas a especialistas en la temática cultural y a las personas encargadas de este tipo de escenarios.
- Presentar el producto audiovisual mediante el *fanpage* de Orotopía, en donde se analizará, las reacciones, comentarios, post, alcance y las veces compartidas.

3.4 Planes de la intervención

Para determinar los planes de la intervención se analizaron los resultados de la investigación a partir de la cita de los diferentes artículos científicos y la lectura de libros culturales, con lo

que se logró consolidar la idea clara para la construcción de los contenidos.

Plan 1. Nombre de la propuesta

Paisajes Culturales.

El nombre de la propuesta parte como una iniciativa dada desde el proyecto de vinculación Orotopía, en donde se logró evidenciar la poca visualización de los paisajes culturales, además de añadir que no existe un producto a nivel provincial enfocado directamente a resaltar y potencializar este tipo de productos que forman parte del patrimonio cultural oreense.

Plan 2. Estructura de la propuesta

Tabla 8. Fases del reportaje audiovisual.

Nº	Etapas de la Producción	Detalles	Recursos Utilizados
1	Introducción	Se contextualiza la temática principal para presentar la nota	- Toma principal de la presentadora para dar paso a la nota.
2	Desarrollo	- Presentación de los conceptos claves de la temática. - Declaración de puntos clave dentro de la investigación	-Entrevistas - Voz en Off
3	Cierre	- Finalización del reportaje con un mensaje respecto al tema de los paisajes culturales -Despedida y cierre	- Intervención de la presentadora para la finalización

Autor: Darwin Palacios

Plan 3. Reportaje Audiovisual

Tabla 9. Guión Técnico

ESCENA 1 / INTRODUCCIÓN				
Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Paneo de paisajes - Plano General	- Tomas de paisajes y/o imágenes representativas - Personaje narrando una historia -Imagen de un pintor	- Fondo musical folclórico representativo a la cultura	0:20 segundos
02	- Paneo de paisajes - Plano General - Contrapicado	- Tomas de paisajes y/o imágenes representativas	<i>Contextualización del contenido – voz en off</i> Al hablar de patrimonio cultural, estamos expresando todas aquellas costumbres, saberes propios o bienes que son irremplazables, heredados por nuestros antepasados y conservados hasta la actualidad, englobando además el idioma, vestimenta y el convivir diario entre personas de una nacionalidad, teniendo en cuenta que ello forma parte identidad de nuestro pueblo. De igual forma debemos de conocer que el patrimonio puede ser tangible e intangible, siendo este más difícil de conservar pues no está en la memoria física de alguien, con lo cual con el paso de los años se puede perder.	0:20 segundos
03	- Plano Medio L. - Planos Medio C.	- Presentadora	<i>Contextualización del contenido</i> Otra parte inmersa dentro del patrimonio cultural son los paisajes culturales, los cuales con magia y encanto que han maravillado a través de los años a más de una persona dentro de la provincia y del país, convirtiéndose también en un atractivo a visitar. ¿Pero la ciudadanía conoce sobre los paisajes culturales?	0:20 segundos
ESCENA 2 / ENTREVISTA A CIUDADANOS				
Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración

01	- Plano Medio C.	- Respuesta a una pregunta: ¿Conoce Ud. sobre los paisajes culturales? - Ciudadanos al azar (5 o 6)	- Respuesta de los ciudadanos a la interrogante formulada anteriormente.	0:40 segundos
----	------------------	---	--	-------------------------

ESCENA 3/ PRESENTADORA

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio L	- Presentadora	- Actualmente por diferentes factores podemos decir que la ciudadanía desconoce sobre el significado de lo que es un paisaje cultural, asociándolo muchas de las veces con panoramas vistosos a la vista pero que no reúnen las características para ser considerados parte de un patrimonio cultural. Por tal razón acudimos con el Doctor Luis Serrano Garcés, director de la Casa de la Cultural Núcleo de El Oro, para conocer de la mano de un especialista y tener una visión más amplia de lo que es el patrimonio cultural, los paisajes culturales, además de otras inquietudes respecto a esta temática.	0:30 segundos

ESCENA 4/ ENTREVISTA A ESPECIALISTA

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio C.	- Entrevista al Doctor Luis Serrano Garcés Respuesta a las siguientes interrogantes: - ¿Qué es el patrimonio Cultural? - ¿Qué son los paisajes culturales? - ¿Por qué existe poca visualización de la cultura? - ¿Considera que se han perdido valores culturales?	<i>Interrogantes – voz en off</i> - ¿Qué es el patrimonio Cultural? - ¿Qué son los paisajes culturales? ¿Por qué existe poca visualización de la cultura? ¿Considera que se han perdido valores culturales?	0:15 segundos
	- Plano Medio C - Paneo	- Respuesta del especialista entrevistado - Tomas cortas de apoyo en referencia al tema dado.	- Respuestas del entrevistado	2:00 minutos

ESCENA 5/ PRESENTADORA

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
----	--------	----------------------	----------------------	----------

01	- Plano Medio L	- Presentadora	<p>Definición por parte de la UNESCO</p> <p>Haciendo un énfasis en la visualización de los paisajes culturales tenemos que MECHTILD RÖSSLER, directora del Centro del Patrimonio Mundial de la Unesco, define los paisajes culturales como “obras que “...combinan el trabajo del hombre y la naturaleza”, y de acuerdo al Artículo 1 de la Convención del Patrimonio Mundial, el término "paisaje cultural" incluye una diversidad de manifestaciones de la interacción entre el hombre y su ambiente natural.</p>	0:25 segundos
-----------	-----------------	----------------	--	-------------------------

ESCENA 6/ DESARROLLO DE CAMPO

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano General - Contrapicado - Paneo	- Tomas diversas del cantón Chilla - Tomas referentes a la fiesta y a la cultura religiosa	<p>Indagación de campo – Voz en Off</p> <p>- Una vez conocido estos importantes conceptos, nos dirigimos al cantón Chilla, en donde la fe de los pueblos forma parte inherente del patrimonio, un claro ejemplo de ello es la peregrinación que realizan en honor a la Virgen de Chilla, la cual año a año a miles de feligreses devotos.</p>	0:15 segundos

ESCENA 7/ ENTREVISTA A HABITANTES DE CHILLA

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio C.	<p>- Respuesta a dos preguntas:</p> <p>¿Chilla es un cantón culturalmente religioso? - ¿Cómo surgió la fe del pueblo en la virgen de Chilla? (3 ciudadanos)</p>	- Respuesta de los entrevistados	0:40 segundos

ESCENA 8/ PRESENTADORA

N° 1	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Paneo - Plano General	- Tomas diversas del cantón Chilla - Tomas referentes a la fiesta y a la cultura religiosa	<i>Paso a entrevistas – voz en off</i> Chilla es un cantón rico en paisajes y cultura, tanto por el encanto natural como la fe de su gente, por esta razón y para conocer más del tema cultural del cantón Chilla acudimos al director de cultura, el Licenciado Johnny Maya quien nos conversó cómo se dio la transición de la virgen y las fiestas a ser parte del patrimonio cultural de la provincia de El Oro.	0:25 segundos

ESCENA 9/ ENTREVISTA A ESPECIALISTA

N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio C	- Toma seguida de la entrevista al Lic. Johnny Maya sobre el Patrimonio Cultural - Respuestas a Preguntas: - ¿Existe difusión de contenidos culturales sobre la Virgen de Chilla? - ¿La Virgen de Chilla es la Patrona de Chilla?	<i>Preguntas de entrevistas- voz en off</i> ¿Existe una difusión de contenidos culturales sobre la Virgen de Chilla? <i>Dato relevante – voz en off</i> Otro hecho que históricamente se ha manejado por parte de los feligreses Chilla es que la Virgen es la patrona del cantón, pero ¿Qué tan cierto es esto? - Respuesta del entrevistado	1:50 minutos

ESCENA 10/ PRESENTADORA

N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	-Dolly out - Paneo - Plano General	- Toma de la iglesia e imágenes referentes a la cultura de Chilla.	<i>Contexto – voz en off</i> - Magia y encanto se unen en una sola fiesta llena de cultura en honor a la Virgen, el Padre Pedro Loaiza Loaiza párroco de la iglesia de Chilla, nos conversó sobre el tema y nos supo dar la opinión al respecto sobre ¿Cómo la iglesia se manifestó sobre la transición cultural de la virgen?	0:15 segundos

ESCENA 12/ ENTREVISTA AL PADRE

N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
----	--------	----------------------	----------------------	----------

01	- Plano Medio C	-Entrevista al Padre Pedro Loaiza Loaiza- Respuestas - ¿Cómo la iglesia se manifestó sobre la transición cultural de la virgen? - ¿La religión y la cultura son esenciales para la identidad de los pueblos?	- Respuesta del Entrevistado Voz en off de las preguntas - ¿La religión y la cultura son esenciales para la identidad de los pueblos?	1:50 minuto
----	-----------------	---	--	----------------

ESCENA 13/ PRESENTADORA

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio L - Plano Medio C	- Presentadora - Imágenes de apoyo en relación al tema	- Con la finalidad de realizar un contraste entre el encanto religioso y tradicional del Cantón Chilla con su cultura originaria de la fe, nos dirigimos hacia Puyango específicamente el Bosque petrificado, mismo que se encuentra ubicado en la cuenca media del Río con el mismo nombre en los límites de El Oro y Loja. Este bosque data desde hace 300 millones de años según datos estadísticos levantados por la Casa de la Cultura Núcleo de El Oro en donde se encuentra señales de los inicios de la vida, sin duda el paisaje nato cultural está lleno de magia y encanto.	0:30 Segundos

ESCENA 14/ DESARROLLO

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Dolly out - Paneo - Plano General	- Tomas del Bosque y de las personas que habitan en el lugar	- Fondo Musical	0:10 segundos
			- <i>Contextualización – voz en off</i> -En busca de conocer la historia sobre la magia que caracteriza al Bosque Petrificado de Puyango, dialogamos con la comunidad para obtener aquellas historias que forman parte de nuestra identidad.	0:15 segundos

ESCENA 15/ ENTREVISTA A CIUDADANOS

Nº	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio C.	- Entrevista a ciudadanos y Respuesta a preguntas - ¿Qué Leyendas son originarias de Puyango? - ¿Qué tradiciones han pasado de generación en generación? - ¿Considera que Puyango no está potencialmente visibilizada	- Voz en Off de las preguntas - ¿Qué Leyendas son originarias de Puyango? - ¿Qué tradiciones han pasado de generación en generación? - ¿Considera que Puyango no está potencialmente visibilizada en nuestra comunidad?	2:00 minutos

		en nuestra comunidad? (3 ciudadanos)		
ESCENA 16/ DELIMITAR				
N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Paneo - Plano General	- Tomas del Bosque y de las personas que habitan en el lugar	<i>Voz en off</i> Por otra parte, para conocer si existe o no una visualización del paisaje cultural del Bosque acudimos con la Licenciada Gloria Rentería, directora del parque y encargada del museo de Puyango	0:15 segundos
ESCENA 17/ ENTREVISTA A DIRECTORA DEL BOSQUE PETRIFICADO DE PUYANGO				
N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	-Plano Medio C - Plano Medio L	-Entrevista a la Lic. Gloria Rentería - Respuesta a Preguntas: - ¿Existe una visualización del Bosque Petrificado de Puyango? ¿Cree que el ciudadano conoce sobre el valor cultural del Bosque?	<i>Voz en off de las preguntas</i> ¿Cree que el ciudadano conoce sobre el valor cultural del Bosque? Respuesta del entrevistado	1:00 minuto
ESCENA 18/ DATO RELEVANTE				
N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Paneo - Plano General	- Tomas del Bosque y de las personas que habitan en el lugar	<i>Dato Relevante – voz en off</i> No cabe duda que Puyango es cuna de la historia del inicio de nuestra civilización, por ello forma parte de nuestro Patrimonio Cultural y cabe añadir que, el Bosque Petrificado es la única zona protegida de este tipo en América del Sur y es la más grande colección de árboles petrificados en el mundo.	0:15 Segundos
ESCENA 19/ CIERRE DE REPORTAJE				
N°	Planos	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	- Plano Medio C. - Plano Medio L.	- Presentadora	- Cierre y Despedida Explorar nuestra provincia para conocer los rostros de aquellas personas que narran parte de nuestra cultura, la magia de aquellos paisajes culturales que forman parte de nuestra historia y el encanto que rodea cada parte de nuestra provincia es algo que sólo puedes sentir si lo vives en carne propia. Por tal razón, no cabe duda que El Oro fue bendecido con una cultura muy diversa pero que aún nos falta visibilizarla para explotar su valor. Este es una iniciativa surgida desde el proyecto de vinculación Orotopía de la Universidad Técnica de Machala en pro del Patrimonio Cultural Orense.	1:00 minuto

Autor: Darwin Palacios

Plan 4. Caracterización del contenido

Tabla 10. Características a partir del producto audiovisual

Planos	Escenarios	Personaje	Planos	Soundtrack
<ul style="list-style-type: none"> - Paneo - P. General - Contrapicado - P. Detalle - Primer Plano - Traveling - Dolly up - Tilt Down 	<ul style="list-style-type: none"> - Yacuvina - Bosque Petrificado de Puyango - Piedras Fósiles en Puyango - Tembladera - Escalinatas en Chilla - Caída de agua tipo cascada - Rodeo Montubio - Cimiento de punto de descanso del Bosque Petrificado - Familia degustando comida típica - Personas de vestimenta tradicional - Procesión - Condor - Espacio de recreación en Chilla - Iglesia y Panecillo - Quema de Castillo - Rio la Cocha 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentadora: Lisbeth Cholota - Entrevista al director de la casa de la Cultura Dr. Luis Serrano G - Entrevistados en la calle Ciudadanos caminando en la calle - Entrevista en Chilla Lic. Jhonny Maya - Entrevista en Puyango Lic. Gloria Rentería - Habitantes de los cantones visitados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Planos Medio C - Plano Medio L. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tuldupay “Sisagu” - Luzmilira “Karu Ñan” - Canto Andino al Ecuador - Nanda Machi “Corazón equivocado - Jihua “Charijayac
Detalles del porqué de su utilización				
<p>Se utilizaron estos planos con la finalidad de captar los ángulos más hermosos de estos paisajes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se trató de contextualizar la temática de los paisajes culturales, con la música de fondo, escogiendo puntos simbólicos de cada sitio, en donde hagan una relación cultural, para que las personas capten el mensaje a través de las imágenes, música y la voz en off. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se eligió a Lisbeth, por el dominio sobre el tema, fluidez y tonalidad adecuada al contenido. - En la entrevista a los ciudadanos se dio la voz al ciudadano para que este nos cuente su perspectiva del tema y sea partícipe de la construcción del contenido - En la entrevista al Dr. Luis Serrano, Lic. Johnny Maya y la Lic. Gloria Rentería, fueron entrevistas situadas a los especialistas en la temática 	<p>Se utilizaron estos planos con la finalidad de lograr que el entrevistado y/o presentadora diera la impresión de conversar con el público.</p>	<p>Se eligió estos temas musicales, por su tonalidad, la cual es un encanto cultural para quien la escuche.</p>

3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención

El producto audiovisual se lo presentó mediante el fan page de Orotopía, mismo que se lo encuentra en la plataforma de Facebook. Se aprovechó los recursos que nos ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación siendo esta red social una de las más visualizadas en el mundo, además que esta red permite al usuario compartir, reaccionar y comentar en tiempo real los contenidos, con lo que se genera una viralización del contenido, siendo esta la plataforma insigne que usa Orotopía para difundir los diferentes trabajos que se realizan en pro de la cultura.

3.5.1- Análisis de la intervención.

El producto presentado mediante en fan page de Orotopía en la red social de Facebook, obtuvo una notable aceptación por parte de la ciudadanía orense y demás ciudadanos que tienen acceso a las redes sociales, tanto al momento de presentar el producto mediante una transmisión en vivo como en el transcurso de los días en los que se ha difundido el contenido gracias los comentarios positivos y comparticiones que se han realizado por parte de los seguidores de la fan page.

Uno de los aspectos que más resaltaron por parte de los ciudadanos que tuvieron acceso a la presentación del video fue una notable satisfacción con respecto al contenido presentado, puesto que, de los 98 comentario existentes en la publicación, se menciona que un 70% son dando una crítica positiva sobre el producto, mientras que un 30% exalta la presentación y felicita a los participantes del mismo. Cabe recalcar además de los comentarios en la publicación también se procedió a dar respuesta, en donde se agradece a los ciudadanos que observaron la producción haciéndoles una invitación a compartir la publicación, con lo que se obtuvo 86 veces compartidas y alcanzando además 998 reproducciones en 2 días, demostrando la aceptación del público mediante el producto ya publicado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1- Descripción y contrastación teórica de los logros de intervención.

El trabajo en cuestión fue una recopilación de los paisajes culturales existentes en la provincia de El Oro, partiendo del proyecto de vinculación Orotopía en donde se enfocaron los resultados a la creación de un proyecto audiovisual, causando una expectativa personal y a nivel del proyecto, para cumplir con los resultados que se esperaban.

El producto obtuvo una gran aceptación en la ciudadanía orense que siguen la *fanpage* de Orotopía y ciudadanos con acceso a redes sociales, logrando cumplir con los lineamientos propuestos a inicios del proyecto, tanto con el objetivo principal de donde partió la investigación y los objetivos específicos, los cuales fueron dando pauta para la realización ordenada de la investigación, dando como resultado las siguientes estadísticas de aceptación

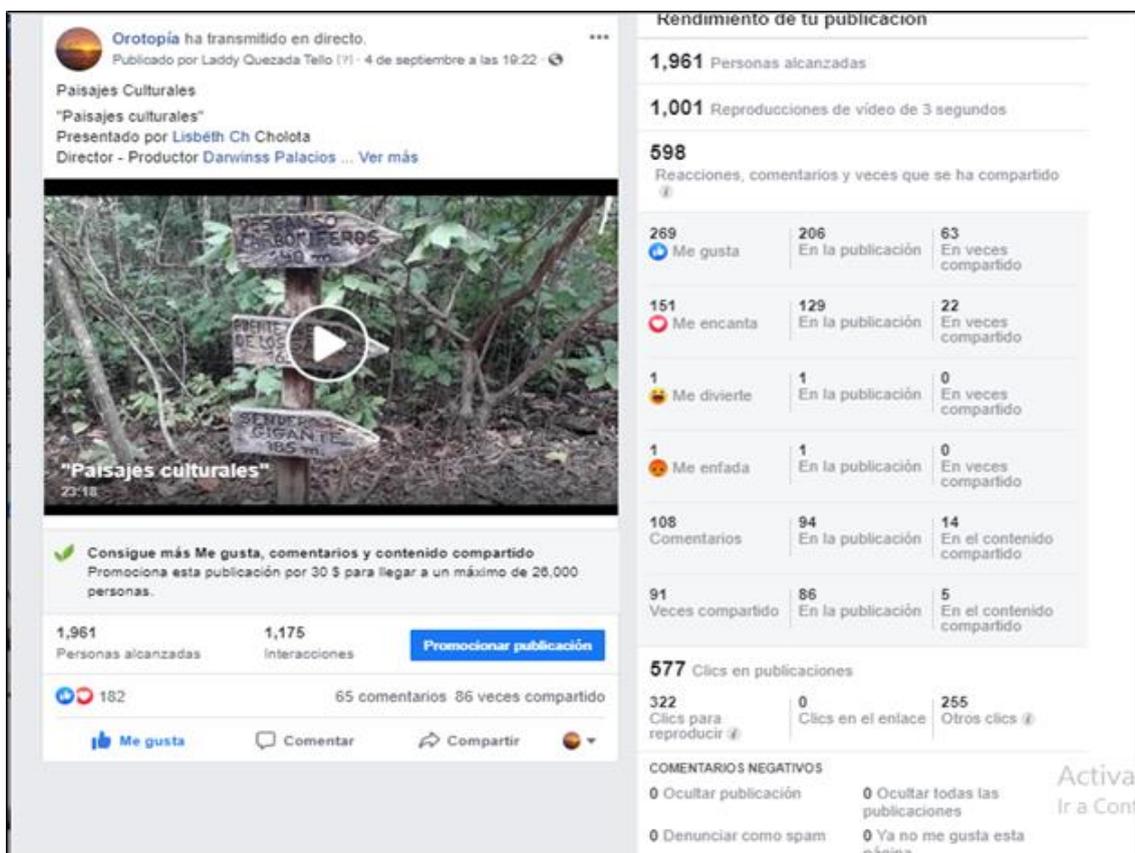
4.1.1 Estadísticas del producto audiovisual

Gráfico 1



El producto audiovisual titulado “Paisajes Culturales” logró una aceptación del público orense seguidor de la *fanpage* de Orotopía y demás ciudadanos alcanzando un total de minutos reproducidos de 1,260 desde su publicación el 04 de septiembre del presente año, cabe analizar que los auges mayores de la publicación se dieron los primeros días de su exposición, pero el desarrollo de la viralización es constante para que el producto sea notorio dentro de la red social.

Gráfico 2



En el rendimiento de la publicación cabe hacer un énfasis en el número de personas que alcanzó la publicación, con un total de 1,961 personas en 2 días de post, a ello podemos manifestar que se cumplió con la expectativa esperada mediante el producto audiovisual y ello se denota en la cantidad de reacciones obtenidas con 151 personas que mencionaron que le encanta el contenido presentado, 269 personas le gustó el reportaje presentado, 1 me divierte y 1 me enoja en la publicación, a ello podemos mencionar que no se manifestaron comentarios negativos a al producto, sino más bien las respuestas a la producción fueron favorables.

Gráfico 3



En la publicación del producto se puede referir a que el contenido presentado alcanzó un total de 1000 reproducciones hasta la fecha, indicador que no es fácil de conseguir actualmente por la exigencia del público con el cual se está difundiendo los contenidos, y además de la cantidad de productos existentes en las redes sociales con lo que el ser visualizado dependerá siempre de la calidad del producto.

Partiendo de ello se puede expresar que el contenido visualizado dio pauta al cumplimiento del primer objetivo el cual es “crear una propuesta audiovisual para potencializar el patrimonio cultural de la provincia de El Oro, citando al cantón Chilla y al Bosque Petrificado de Puyango”

Gráfico 4



El producto audiovisual enfocado especialmente al público oreño seguidor de la *fanpage* de Orotopía, obtuvo una reacción en otras provincias del país como Pichincha, Guayas, Bolívar, Sucumbíos, Los Ríos, Azuay y Loja, además cabe señalar que fue visibilizado en el hermano país de Perú en Tumbes y Piura, con lo que se da cumplimiento a las expectativas generadas en con la elaboración del proyecto y maximizando las ideas a la creación de nuevos productos que se pueden realizar a partir de los resultados generados en esta propuesta.

Otro factor que se cabe resaltar es el horario en el cual se publicó el producto, siendo este una hora estratégica para generar un impacto en la red social, y que estos resultados se hayan dado en especial con el alcance que se obtuvo en los diferentes lugares del país y en el hermano país, pues se direccionó en primer lugar al público oreño pero con las herramientas que nos facilitan las redes sociales, se pudo alcanzar las demás provincias, haciendo notorio que hoy en día la difusión de contenidos para potencializar los temas culturales y demás temas se lo deben de realizar mediante las redes sociales en horarios de convergencia general.

4.2 Conclusiones

Obj. General. Potencializar los paisajes culturales de la provincia de El Oro mediante una propuesta audiovisual.

- **C1.** A partir de la experiencia desarrollada en el desarrollo del proyecto se puede concluir que, para la potencialización de los paisajes culturales, se deben de desarrollar productos comunicacionales en donde se visualicen los diferentes paisajes existentes en la provincia y se invite a ser partícipe de la experiencia al visitar dichos cantones.

Obj. Específico 1. Identificar los paisajes culturales que cumplan con las características de la investigación.

- **C1.** Se logró evidenciar los diferentes paisajes culturales existentes en la provincia de El Oro, específicamente en el cantón Chilla en contraste con el Bosque Petrificado de Puyango, en donde se captaron los diferentes escenarios culturales e historias que cuentan parte de nuestra cultura como provincia.

Obj. Específico 2. Establecer el formato audiovisual, guiones que se utilizaría para la propuesta audiovisual.

- Mediante el análisis de los diferentes artículos científicos, recopilación de datos de las diferentes fuentes de información, además de las encuestas realizadas en el proceso, se logró determinar que el formato de la producción audiovisual es un reportaje cultural, enfocado en la potencialización de los diferentes contenidos culturales, el cual se lo logró realizar con la elaboración de un esquema de producción el cual direccionó a la creación de un producto de calidad.

Obj. Específico 3. Elaborar la propuesta audiovisual para la solución de la problemática planteada dentro del proceso de investigación.

- Se elaboró un producto audiovisual partiendo de una contextualización del tema de patrimonio cultural en base de imágenes representativas y entrevista al presidente de la casa de la Cultura Núcleo de El Oro, para posterior mencionar y

contrastar en el territorio ya mencionado, para enfocar el tema cultural desde la voz de las personas en relación a los contenidos investigación.

Obj. Específico 4. Analizar el nivel de impacto del producto audiovisual en su aplicación con la población de estudio.

- Se logró analizar la aceptación de los resultados obtenidos en la publicación del producto audiovisual en la *fanpage* de Orotopía en Facebook, la cual nos dio como resultados un total de 1000 reproducciones, 87 compartidos de la publicación, 94 comentario y 187 reacciones, en donde se evidenció la aceptación y visibilización de estos tipos de contenidos mediante la plataforma web

4.3 Recomendaciones

- Los medios de comunicación a nivel local deben trabajar en el realce de los temas culturales, pues los habitantes entrevistados manifestaron la poca difusión de contenidos tanto por los medios locales como por parte del Ministerio de Cultura en la difusión de la existencia de estos paisajes culturales.
- En el cantón Chilla y en el Bosque Petrificado de Puyango se recomienda la habilitación de un departamento de comunicación dirigido por un licenciado en la misma área que se encargue de la difusión de los diferentes contenidos que necesitan ser visibilizados en dichos cantones, pues por falta de visibilidad la entrada de recursos es escasa.
- La universidad Técnica de Machala en específico la carrera de comunicación debe de seguir contribuyendo con proyectos en pro de la visualización de los paisajes culturales, pero enfocarse en la elaboración de más contenidos, ya sean reportajes, documentales u otro tipo de producción, pues la información existente es amplia y no se abarca con un solo producto.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Arredondo, E., Bolívar, E., Martínez, E., Aldaz, O., y Gómez, R. (2019). El Impacto de los grupos focales como una herramienta de investigación de Mercado. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6, 1-19.
- Bernardo, J., y Pellisser, R. (2009). La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso “El Cabanyal”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(3), 328-340. doi: 10.4185/RLCS-64-2009-826-328-340
- Rabadán, Á., & Bruzón, L., & Montaña, S. (2015). Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual participativo: El caso de jóvenes del Proyecto Youth Path de la Unesco en Costa Rica. *ALTERIDAD. Revista de Educación*, 10 (1), 44-56.
- Campos, F., Rúas, F., López, J., y Martínez, V. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información*, 25(3), 449-457.
- Campos, G., y Lule, N. (2015). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7 (13), 45-60
- Cárdenas Neira, Camila, & Pérez Arredondo, Carolina. (2018). Recontextualización multimodal de las acciones y motivaciones del movimiento estudiantil chileno en un reportaje de televisión. *Literatura y lingüística*, (37), 217-236. <https://dx.doi.org/10.29344/0717621x.37.1381>
- Cury, P., y Arias, A. (2016). Hacia Una Definición Actual Del Concepto De «Diagnóstico Social». Breve Revisión Bibliográfica De Su Evolución. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, (23), 9-24. doi: 10.14198/ALTERN2016.23.01
- Cuestas, M., (2015). El uso de vídeos en la socialización de la trata de personas: criterios comunicativos para aportar en su prevención y denuncia. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. 14(27), 67-87.
- Estrella, M., (2016). Producción audiovisual de un video reportaje como estrategia de sensibilización frente al excesivo consumo de alcohol, estudio basado en el

índice de siniestralidad proporcionado por la Agencia Nacional de Tránsito (Trabajo de Titulación). Universidad Salesiana Del Ecuador Sede en Quito, Quito.

- Grande, M., Cañón, R., y Cantón, I. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación: Evolución del concepto y características. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 6, 218-230
- Krammer, D., y Yangali, V. (2015). Producción de videos en el aprendizaje de higiene bucal y lavado 143 de manos del nivel inicial-especial. *Horizonte de la Ciencia*, 5 (9), 143-147.
- Carmona, M. (2014). Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 128, 98-102
- Rössler., M. (2002). Los paisajes culturales y el patrimonio cultural y natural mundial: resultados de reuniones temáticas previas. *Paisajes Culturales en Los Andes*, s/n, 49-57. Recuperado de <https://www.bcin.ca/bcin/detail.app?id=397790>
- Moreno, M., y Munuera, A. (2014). ¿Es importante la creatividad en el desarrollo de nuevos productos? *Universia Business Review*, (44), 72-86.
- Monserrat, S., Gavilánez, I., y Velasco, M. (2019). Redes sociales, herramientas de comunicación masiva para cuidado y preservación de los recursos naturales a través de difusión de prácticas químicas ambientales y de resultados estadísticos en los hogares. *Ciencia Digital*, 3(3.1), 29,44. doi: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.1.674>
- Ordóñez, T. (2018). Consolidación De Normativas Académicas De Realización Audiovisual Dentro De Un Marco De Identidad Cultural (trabajo titulación). Universidad Tecnológica Israel, Quito.
- Ortells, B. (2016). Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1-14

- Remedios, F. (2017). Manuel Chaves Nogales, antecesor del periodismo narrativo. De la crónica al reportaje. Un estudio de caso: La defensa de Madrid. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Rabello, R., y Musse, C. (2016). La ciudad resignificada por la memoria: el blog y la fanpage “Maria do Resguardo”. *Comunicación y Medios*, (33), 73-88. doi:10.5354/0719-1529.2016.37237
- Trujillo, C. (2016). Prácticas tradicionales de manejo de recursos vegetales en unidades de paisajes culturales del oeste de la provincia de Córdoba, Argentina. *Zonas áridas*, 16(1), 86-111.
- Gavilondo, C., y Tabares, C. (2016). La producción de vídeos científicos: un acercamiento teórico Alteridad. *Revista de Educación*, 11(2), 254-264.
- Fernández, V. (2016). Deconstruyendo Los Paisajes Culturales De La Lista Del Patrimonio Mundial De La Unesco. *Cuadernos Geográficos*, vol. 55, núm. 1, pp. 176-197. Granada, España
- Carreño, C., Meca, J., Mora, M., Ochoa, K., y Rodríguez, L. (2016). Cuadernos Maestría en Patrimonio Cultural UPTC De Patrimonio Cultural; *Reflexiones Contemporáneas*. Tunja, Colombia: Publicaciones UPTC, S/N
- Chandia, R., y Lazo, F. (2015). Resignificación Del Paisaje Cultural Del Agua En La Precordillera Andina De Arica Y Parinacota Para Un Turismo Sustentable. *Gestión Turística*, vol. 24, 46–69.
- Menacho, L., y Blass, M. (2015). ¿Cómo Producir Un Video Para Promover La Prueba Del VIH En Hombres Que Tienen Sexo Con Hombres? *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*. vol. 32(3), 519-525.
- Silva, P., y Fernández, V. (2015). Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe: Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. *Revista INVI*, 30(85), 181-214. doi.org/10.4067/S0718-83582015000300006

- Urrea, E., (2014). Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de televisión convencional. *Revista Lasallista de investigación*. 11(2), 36-42.
- García, M. (2015) Los hermanos Lumière y el nacimiento del cine. [National Geographic] Recuperado de: https://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/los.hermanos-lumiere-nacimiento-del-cine_12264/1
- Eljuri, G. (2013). Paisajes Culturales: Reflexiones Conceptuales y Metodológicas. Quito, Ecuador: GM LÁSER Industria Gráfica.
- INPC. (2015). Guía Metodológica para el Paisaje Cultural Ecuatoriano, Quito, Ecuador: Fidian Guananga “Fábrica de Ideas”.
- Ruiz, M., y Aguirre, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 21(41), 67-96.
- Vidal, G., Téllez, A. (2016). El audiovisual como medio socio comunicativo: hacia una antropología audiovisual performativa. *Palabra Clave*, 19(2), 556-580. doi: 10.5294/pacla.2016.19.2.9
- Padua, J. (2018). Técnicas de Investigación Aplicadas En Ciencias Sociales. Ciudad de México, México: Fondo De Cultura Económica.

ANEXOS

Anexo 1

PLANTILLA DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
TRABAJO DE TITULACIÓN**



TEMA: Desarrollo De Una Propuesta Audiovisual Como Herramienta Comunicacional Para Potencializar Los Paisajes Culturales De La Provincia De El Oro.

ENCUESTA

MUESTRA

Estudiantes del Primer Semestre ()

de Comunicación Social

Estudiantes del Segundo Semestre ()

de Comunicación Social

Estudiantes del Tercer Semestre ()

de Comunicación Social

Estudiantes del Cuarto Semestre ()

de Comunicación Social

GÈNERO:

Masculino ()

Femenino ()

GLBTI ()

1. ¿Conoces lo que es un paisaje cultural?

Sí ()

No ()

2. ¿Conoces algún Paisaje Cultural en tu provincia?

Sí ()

No ()

¿Dónde?

3 ¿Crees que existe una visualización de los paisajes culturales?

Si existe ()

Existe, pero es poca ()

No existe ()

4 ¿Considera que un reportaje sería un medio favorable para la visualización de los contenidos referentes a esta temática?

Si ()

No ()

Quizás ()

5 ¿Qué medio conoces a nivel provincial, que difunda este tipo de contenidos?

No conozco ()

6. En caso de conocer, ¿qué tipo de contenido es el que muestran?

Reportaje ()

Documental ()

Noticias ()

Prensa Escrita ()

Otro ()

Cual: _____

7 ¿Cómo consideras que sería un reportaje cultural en pro de la visualización de los paisajes culturales?

Desagradable ()

Agradable ()

Normal ()

Excelente ()

8 ¿A través de qué contenidos le gustaría aprender sobre esta temática?

Escrito, periódicos, revistas. Infografías ()

Audiovisual Videos educativos
reportajes.etc. ()

Piezas de audio. Spots propagandísticos ()

Charlas ()

Anexo 2

ANÁLISIS DE ENCUESTA

Tabla 11. Conocimiento sobre Paisajes Culturales

Pregunta 1	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	80%
No	15	20%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad

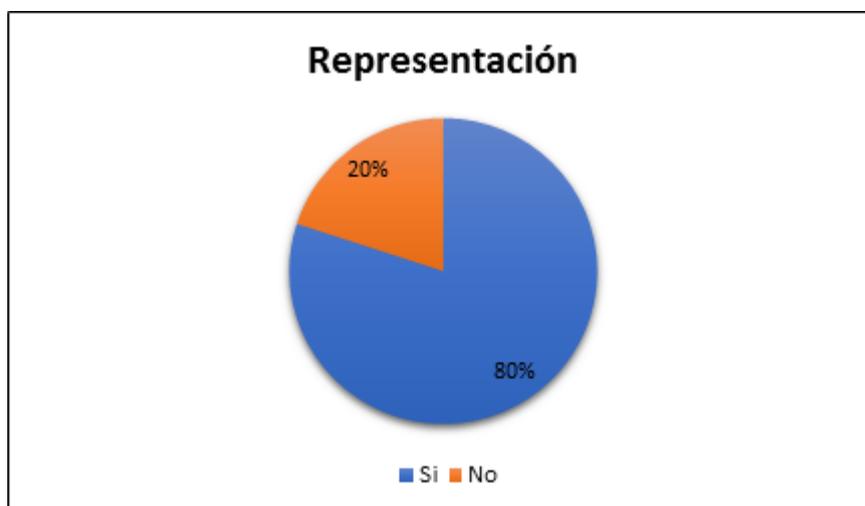


Gráfico 1: Encuesta

Fuente: Tabla 11

Análisis e interpretación

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración como muestra a los estudiantes de primer, segundo, tercer y cuarto semestre de comunicación social, para medir el nivel de conocimiento sobre los temas culturales, demostrando que un 80% menciona conocer lo que es un paisaje cultural.

Tabla 12. Mención de los paisajes en su provincia

Pregunta 2	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	46, 61%
No	29	29, 39%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad



Gráfico 2: Encuesta

Fuente: Tabla 12

Análisis e interpretación

De los 75 estudiantes de comunicación encuestados se obtiene que el 46,61% mencionan conocer algún paisaje cultural a nivel y un 29, 39% menciona que no, pero cabe señalar que mencionan conocer por la información difundida por Orotopía más no por ellos viajar.

Tabla 13. Medios de difusión de contenidos culturales a nivel provincial

Pregunta 5	Frecuencia	Porcentaje
Plataformas web	6	13%
Noticias	1	6%
Radio	1	2%
Tv	4	8%
No conozco	36	75%
Total	75	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad

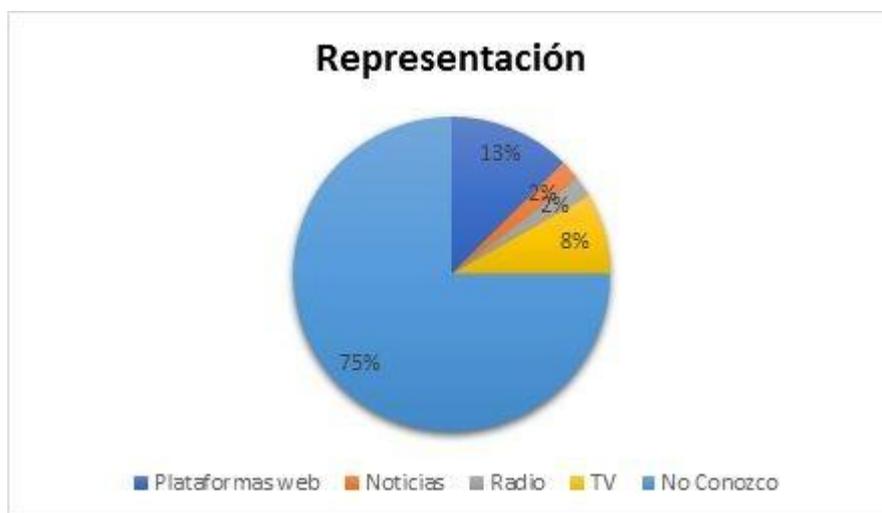


Gráfico 3: Encuesta

Fuente: Tabla 13

Análisis e interpretación

De los 75 estudiantes encuestados se obtiene que el 75% no conoce un medio que difunda contenidos culturales, el 13% refiere a las plataformas web como un medio de difusión de este tipo de contenidos y el 8% menciona que la tv es un medio transmisor de estos productos, entonces se debe de trabajar en la elaboración de contenidos viables

para redes sociales como para tv, y trabajar en planes de difusión de contenidos para que se a conocer a la ciudadanía.

Tabla 14. Tipo de Producto

Pregunta 8	Respuesta	Porcentaje
Medio Escrito	11	13%
Producción Audiovisual	65	78%
Producción de audio	7	9%
Total	83	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Darwin Stalin Palacios Abad



Gráfico 4: Encuesta

Fuente: Tabla 14

Análisis e interpretación

El 78% de los estudiantes encuestados mencionan y hacen referencia que un producto audiovisual idóneo para la difusión de los contenidos culturales, el 13% de los encuestados manifiestan que el medio escrito también es una forma idónea para presentar la temática de los paisajes culturales y un 9% expresan que un producto radial puede ser una alternativa, entonces guiados en la producción audiovisual se lo propuso como parte del proyecto en un formato de entrevista.

Anexo 3

APLICACIÓN DE ENCUESTAS





Anexo 4

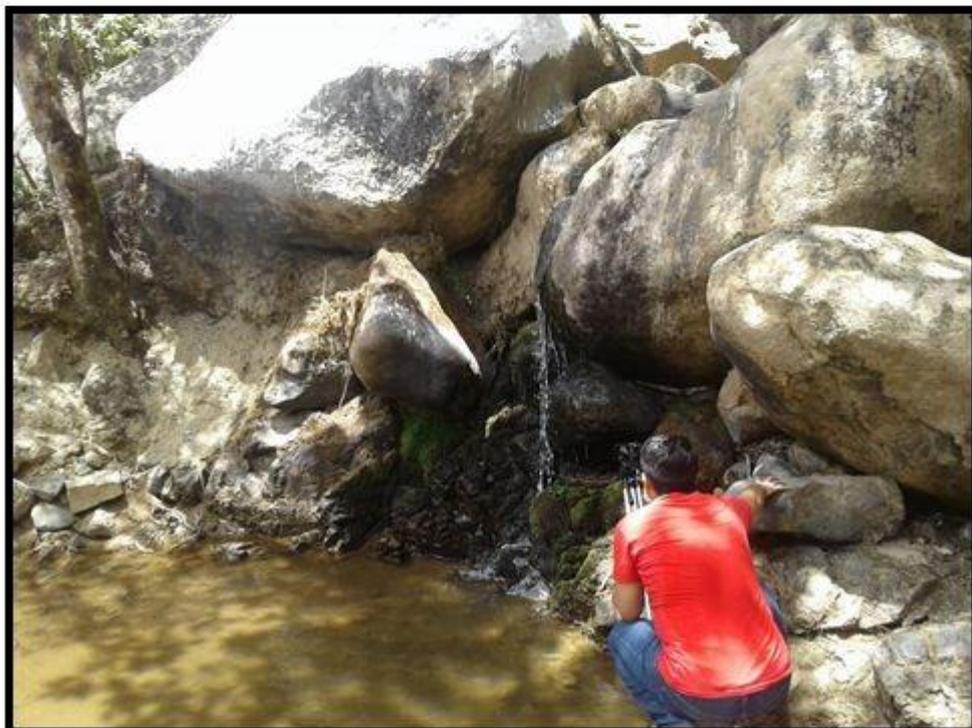
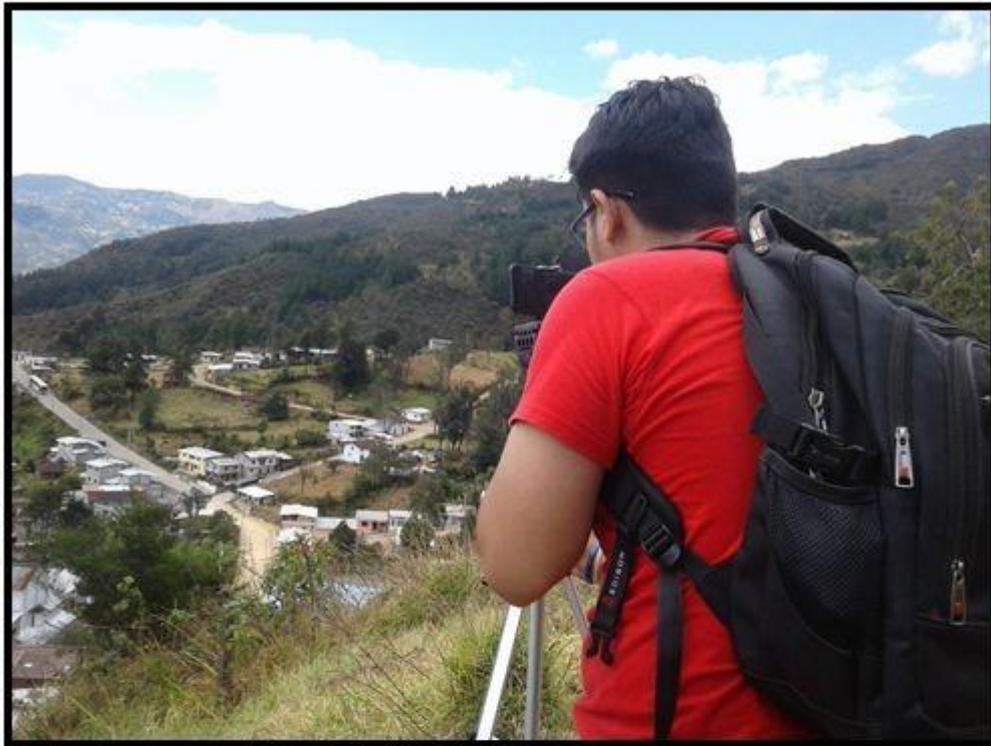
ENTREVISTAS





Anexo 5

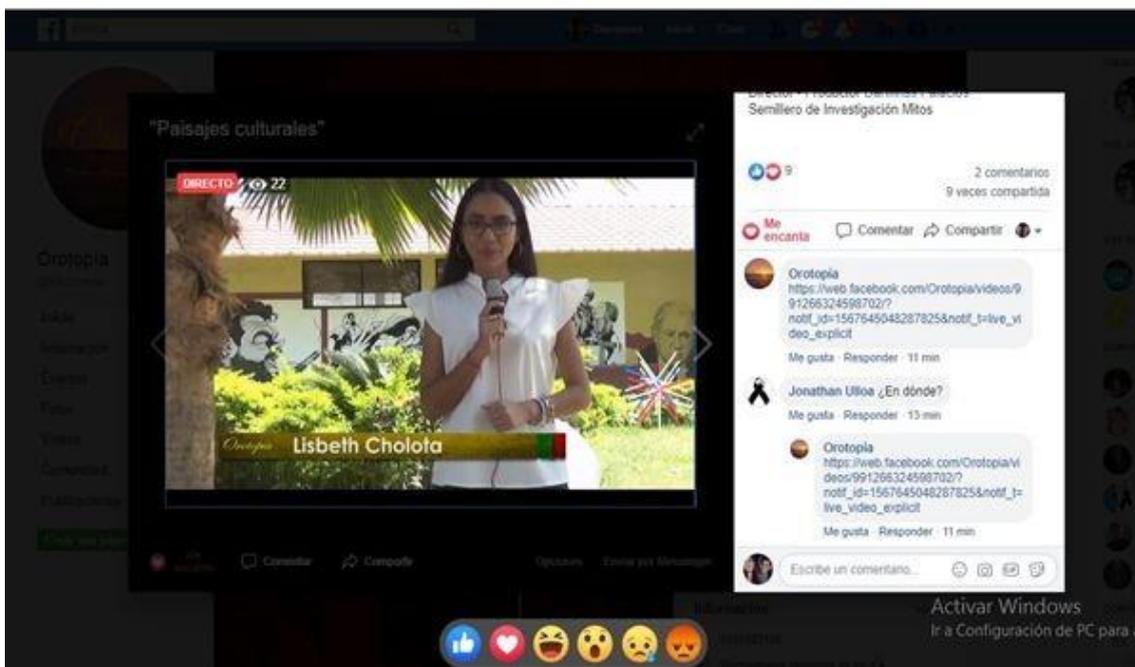
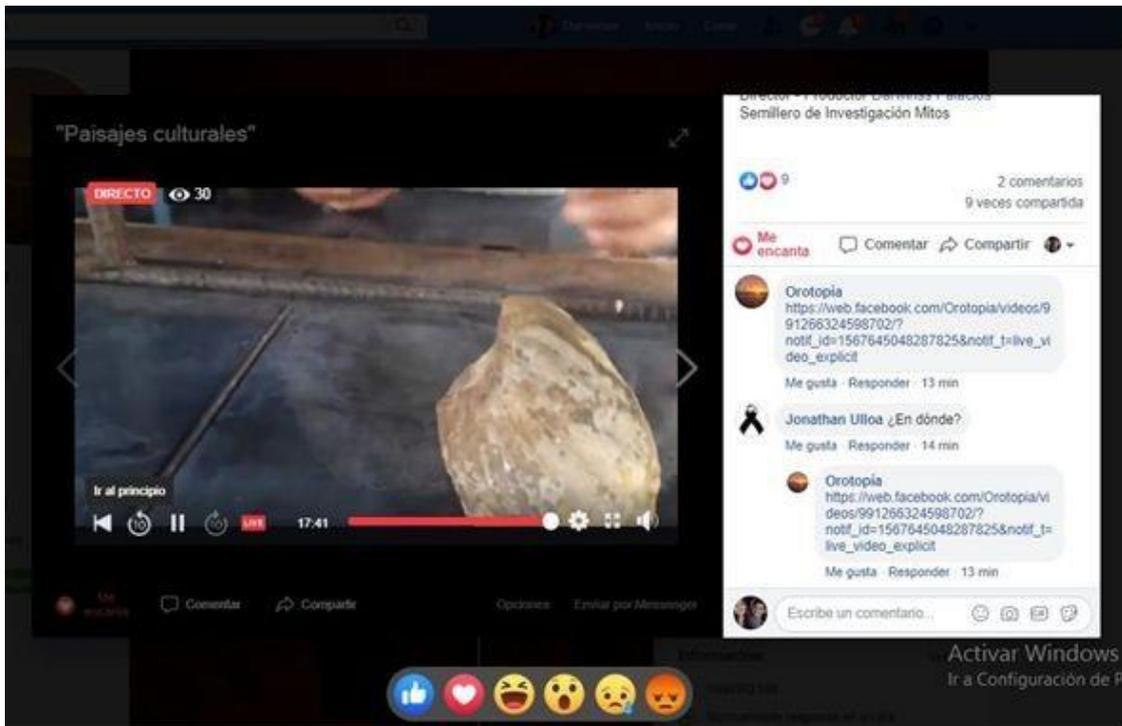
Grabaciones





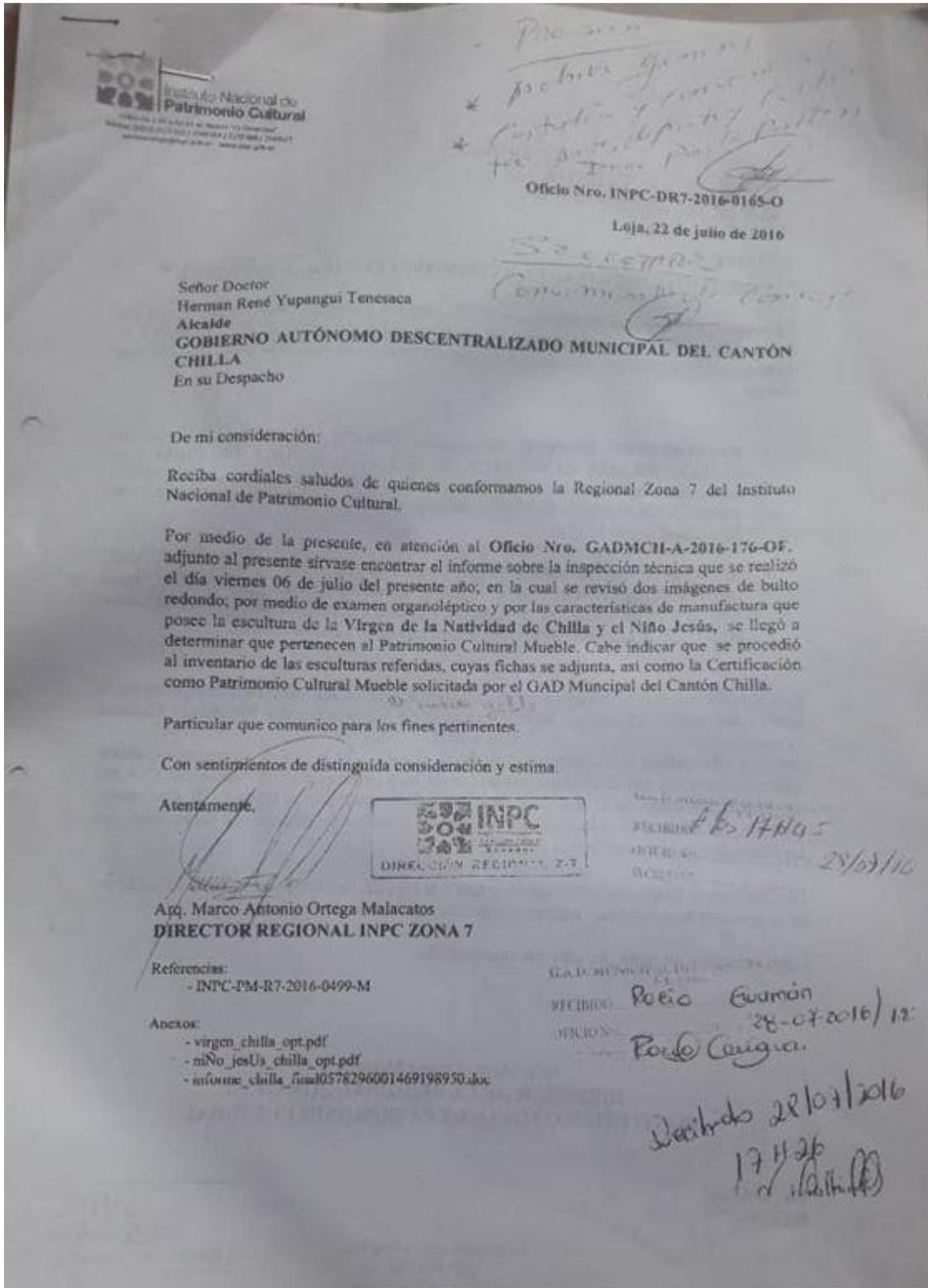
Anexo 6

Presentación del directo



Anexo 7

Acta de elevación Patrimonial a la virgen de chilla



INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL REGIONAL 7

En atención a la solicitud presentada por el Dr. Herman Yupangui Tenesaca, en su calidad de Alcalde del Cantón Chilla, procedo a emitir la siguiente certificación conforme a la documentación habilitante entregada por el área respectiva en la cual se determina que con código:

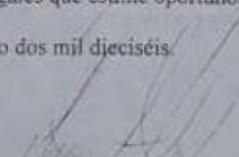
- **BM-07-05-50-001-16-000001**, la escultura VIRGEN DE LA NATIVIDAD DE CHILLA, IGLESIA SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE CHILLA se encuentra ubicada en las calles Simón Bolívar y 26 de Marzo, en la parroquia y cantón Chilla, provincia de El Oro, como propietario/responsable es el padre Pedro Leonardo Loayza Loayza.
- **BM-07-05-50-001-16-000002**, la escultura NIÑO JESUS, IGLESIA SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE CHILLA se encuentra ubicada en las calles Simón Bolívar y 26 de Marzo, en la parroquia y cantón Chilla, provincia de El Oro, como propietario/responsable es el padre Pedro Leonardo Loayza Loayza.

Los documentos que se adjunta son originales de acuerdo a los archivos que reposan en la Institución dentro del sistema. SIPCE (Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano).

Además cabe indicar que conforme lo establece el Art. 11 de la Ley de Patrimonio Cultural que la declaración que le confiere el carácter de bien perteneciente al Patrimonio Cultural del estado constante en el Art. 7 de esta ley o formulado por el Instituto de Patrimonio Cultural, no priva a su propietario de ejercer los derechos de dominio de dicho bien, con las limitaciones que establece la Ley.

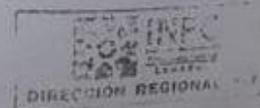
Es todo cuanto tengo que informar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente para los fines legales que estime oportunos.

Loja, veintidós de junio del año dos mil dieciséis.


Arq. Marco Ortega Malacatos
DIRECTOR DE LA REGIONAL ZONA-7
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL

Lo certifico.
MO/dv 

Calle Quito y Sucre esquina
Telf: 3700710



Nacional de Patrimonio Cultural

Secretaría - Comuna...
en Archivo de la...
para temas legales y...
- 700 Art. cultura y deporte
hay para...
legislación...

Oficio Nro. INPC-DR7-2016-0149-O
Loja, 29 de junio de 2016

Señor Doctor
Herman René Yupangui Tenesaca
Alcalde

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
CHILLA
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba cordiales saludos de quienes conformamos la Regional Zona 7 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Por medio del presente, en atención al Oficio Nro. GADMCH-A-2016-176-OF del 31 de mayo de 2016, me permito poner en su conocimiento el informe técnico, respondiendo a la petición realizada por el GAD Cantonal de Chilla en el sentido de certificar si tanto la fiesta, como la imagen de Nuestra Señora de la Natividad de Chilla son patrimoniales.

Para este efecto adjunto anexo el informe técnico realizado.

Con sentimientos de distinguida consideración y estima.

Atentamente,

Arg. Marco Antonio Ortega Malacatos
DIRECTOR REGIONAL INPC ZONA 7



Referencias:
- INPC-DR7-2016-0519-M

Anexos:
- informe sobre virgen de chilla.pdf

gsc

Recibido 12/07/16
03/07/2016

GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHILLA

RECIBIDO: Rogo Guzmán

FECHA: 06-07-2016 / 12:22

SECRETARÍA:

16. Agosto 2016

Nacional de Patrimonio Cultural

Secretaría - Comunidad
en Archivo de su control en
por temas legales y culturales
- 765 Arte, cultura y deporte
Hay para faltan por temas
legales y de deporte

Oficio Nro. INPC-DR7-2016-0149-O

Loja, 29 de junio de 2016

Señor Doctor
Herman René Yupangui Tenesaca
Alcalde

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
CHILLA
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba cordiales saludos de quienes conformamos la Regional Zona 7 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Por medio del presente, en atención al Oficio Nro. GADMCH-A-2016-176-OF del 31 de mayo de 2016, me permito poner en su conocimiento el informe técnico, respondiendo a la petición realizada por el GAD Cantonal de Chilla en el sentido de certificar si tanto la fiesta, como la imagen de Nuestra Señora de la Natividad de Chilla son patrimoniales.

Para este efecto adjunto anexo el informe técnico realizado.

Con sentimientos de distinguida consideración y estima.

Atentamente,

Arg. Marco Antonio Ortega Malacatos
DIRECTOR REGIONAL INPC ZONA 7



Referencias:
- INPC-DR7-2016-0519-M

Anexos:
- informe sobre virgen de chilla.pdf

gsc

Recibido 12/07/2016
05/07/2016

GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHILLA

RECIBIDO: Rocio Guzmán

ORIGEN: FOLIO 06-07-2016/12-22

SECRETARÍA: [Handwritten signature]

16. Agosto 2016

INFORME TECNICO
28 de Junio de 2016.

ASUNTO: RESPUESTA A PEDIDO AL INPC-R7 DE CERTIFICACIÓN DE LA FIESTA DE NUESTRA SEÑORA DE LA NATIVIDAD DE CHILLA, COMO MANIFESTACIÓN PERTENECIENTE AL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL, ASÍ COMO, QUE LA IMAGEN DE LA VIRGEN PERTENECE AL PATRIMONIO MATERIAL.

ATENCION MEMORANDO:

Nro. INPC-DR7-2016-0480-M, de fecha 2 de Junio, 2016.

Nº	PARTICIPANTES	ÁREA
1.	Lcda. Cristina Bustamante	Analista de Patrimonio Cultural Inmaterial

ANTECEDENTES:

Mediante Memorando Nro. INPC-DR7-2016-0480-M del 02 de Junio del presente año 2016, fue solicitada por parte de la Dirección Regional al área de Patrimonio Inmaterial, analizar el pedido de certificación de la Fiesta de Nuestra Señora de la Natividad de Chilla, como manifestación perteneciente al Patrimonio Cultural Inmaterial, así mismo la certificación de que la imagen de la Virgen tiene valor patrimonial. Dicho pedido fue formulado en virtud de requerir esta información el GAD cantonal de Chilla.

ARGUMENTOS Y CERTIFICACIÓN

El INPC, en su competencia como órgano rector de la política patrimonial, enfocada a identificar, investigar y salvaguardar la heredad cultural del Ecuador, también ha venido implementando lineamientos que favorezcan el conocimiento, difusión y promoción de los distintos patrimonios intangibles, mismos que constituyen la expresión de la diversidad cultural del territorio nacional.

A este efecto, "S tendrá en cuenta únicamente el Patrimonio Cultural Inmaterial compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes, con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible y que cumplan con las siguientes características:

1. Vinculación a los ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial

La manifestación se enmarca en la definición y ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial establecida en este documento.

1. Transmisión intergeneracional y vigencia

Los conocimientos, saberes, técnicas y prácticas inherentes a la manifestación se heredan de generación en generación. En este proceso continuo de transmisión de los saberes, los significados son recreados por las comunidades y grupos detentores en función de los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y/o naturales manteniéndose la

Anexo 8

PLANTILLA DE ENTREVISTA

Ciudadanos en la calle

¿Qué son los patrimonios Culturales?

Presidente de la casa de la Cultura Núcleo de El Oro – Dr. Luis Serrano García

¿Qué son los paisajes culturales?

¿Qué es el patrimonio cultural?

¿Porqué no se da una visualización amplia de estos contenidos?

¿Existe una pérdida de valores culturales?

¿Porqué no existe un plan de impulso hacia el bosque petrificado de Puyango?

¿Qué proyectos están realizando en pro de la cultura?

¿Considera que el tema religioso y lo patrimonial debe de ir de la mano para formar la identidad de los pueblos?

Director de cultura del cantón Chilla – Lic. Jonny Maya

¿Cómo se maneja el tema cultural en el cantón?

¿Se trabaja en la visualización del tema patrimonial hacia la virgen?

¿Existe un plan de comunicación para las festividades?

¿Qué es turismo religioso?

¿El cantón este arraigado al tema religioso?

¿Cuál es la patrona de Chilla?

Directora del Parque – Bosque Petrificado de Puyango – Lic. Gloria Rentería

¿Cuál es la historia de Puyango?

¿Qué tan conocido es Puyango?

¿Qué trabajo están realizando en pro de Puyango?

¿Las personas conocen sobre el valor cultural de Puyango?

¿Están trabajando en la visualización del Bosque?