



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA CROSSMEDIA DE IDENTIDAD CULTURAL: LUZ
VICTORIA RIBERA DE MORA

CASTRO PEREIRA ANDREA TATIANA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CEDEÑO GARCIA EVELYN GERALDIN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Propuesta crossmedia de identidad cultural: Luz Victoria Ribera de
Mora

CASTRO PEREIRA ANDREA TATIANA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CEDEÑO GARCIA EVELYN GERALDIN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

Propuesta crossmedia de identidad cultural: Luz Victoria Ribera de Mora

CASTRO PEREIRA ANDREA TATIANA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CEDEÑO GARCIA EVELYN GERALDIN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

MACHALA, 21 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
2020

Titulacion D1 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Apagado

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

Las que suscriben, CASTRO PEREIRA ANDREA TATIANA y CEDEÑO GARCIA EVELYN GERALDIN, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Propuesta crossmedia de identidad cultural: Luz Victoria Ribera de Mora, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

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

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

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

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

Machala, 21 de diciembre de 2020

CASTRO PEREIRA ANDREA TATIANA
0705459329

CEDEÑO GARCIA EVELYN GERALDIN
0706746112

Propuesta *crossmedia* de identidad cultural: Luz Victoria Ribera de Mora

Andrea Castro Pereira

Evelyn Cedeño Garcia

Diciembre 2020

Universidad Técnica de Machala

Carrera de Comunicación Social

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y mi tía, porque son ellos los que me han entregado sus horas de trabajo y esfuerzo para yo poder culminar esta etapa, a toda mi familia por ser un apoyo incondicional y brindarme su cariño, a los docentes que imparten sus experiencias como profesionales y gracias a ellos podemos dotarnos de conocimiento para la vida fuera de las aulas.

Andrea Castro Pereira.

Dedico este proyecto principalmente a Dios por darme esa oportunidad diaria, a mis padres que con mucho esfuerzo fueron un apoyo incondicional y un gran ejemplo, a mis hermanos por ser mi inspiración de alguna u otra manera, a mis amistades por ser un gran apoyo emocional, a todas aquellas personas que me han compartido su tiempo y espacio, a los maestros por impartir sus conocimientos y expandir nuestras experiencias para desarrollarnos como profesionales en el amplio campo de la comunicación.

Evelyn Cedeño García.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido para las personas que me han sabido apoyar en cada momento, a mi mamá por ser mi incentivo, a mi tía porque fue la que me vio crecer y con mucho amor supo cuidar de mí y ha compartido conmigo cada logro y derrota, a la persona que acogió nuestro proyecto Gabriel Iñiguez por darnos esa fuerza y creer en nosotras mismas, gracias por confiar en nosotras, también extendiendo mis agradecimientos a mis compañeros de clase por compartir risas y enojos.

Andrea Castro Pereira.

En primer lugar deseo agradecer a Dios y a las personas que han formado parte durante toda mi vida, que son mi madre porque se ha esforzado demasiado y a mi padre por nunca faltarme, los amo. Agradezco a mi hermana por estar apoyándome en aquellos bajones de la vida y a mi hermano por creer en mí. Agradezco a mis amistades por brindarme esa alegría cuando hacía falta y estar conmigo cuando me he sentido sola. Gracias.

Evelyn Cedeño García.

RESUMEN

La problemática inicial que se presenta en el trabajo, es la pérdida de la identidad cultural, principalmente en jóvenes, con la globalización, se han venido adaptando culturas extranjeras donde se tiene contacto con otros países, y continentes a través de una pantalla donde ya no existen fronteras, lo que si bien es cierto resulta un beneficio por otro lado ha causado que poco a poco se vaya desvalorizando la cultura de un pueblo, en este caso, la cultura orense, para ello se ha elegido una figura representativa de la identidad orense, para destacar la trayectoria de un personaje que ha dejado huella en el corazón de los orenses, también para mostrar la figura de una mujer debido a que los personajes de los que se habla han sido hombres, en este caso Luz Victoria Ribera de Mora como personaje emblemático, debido a que los personajes también forman parte de la identidad de todo ciudadano por lo que se ha trabajado con una propuesta *crossmedia* en torno a la vida del personaje, la cual está basada en productos que se difunden por plataformas digitales. Mediante encuestas a jóvenes se determinó cuáles son aquellas plataformas que utilizan con frecuencia, además se hicieron entrevistas a personas que viven o tienen sus locales comerciales a los alrededores del Centro de Arte y Cultura Municipal Luz Victoria Ribera de Mora para determinar cuánto conocen o desconocen del personaje y si se sienten identificados con los personajes que han formado parte de la historia, tomando en cuenta también los aspectos importantes para desarrollar los productos y que estos lleguen con mayor efectividad, para así poder desarrollar contenido no solo para estudiantes sino teniendo en cuenta a todos los ciudadanos de la provincia de El Oro, para tener una directriz más clara se tomó en cuenta la visión de profesionales en el tema, como Comunicadores Sociales, profesionales en Cultura, Historiadores y Diseñadores Visuales, la historia se construye con las anécdotas de las personas que han conocido a Luz Victoria Ribera Mora donde nos cuenta su vida como docente, líder y poetisa, para que conozcan las diferentes facetas en las que se desarrolló y construyendo así un solo mundo

narrativo, para luego trasladar aquella información a una sola historia, la historia de Luz Victoria. Este trabajo se llevó a cabo con una metodología cualitativo-cuantitativo donde construimos la historia del personaje mediante los testimonios de quienes la conocieron y con las publicaciones se hizo una medición de audiencia en las plataformas digitales, el alcance de la investigación es descriptivo porque busca contar una historia para que esta misma pueda influir en la identidad cultural de los jóvenes, cuenta además con un diseño no experimental porque se estudió sin manipular el objeto de estudio, sino más bien obtener los datos tal cual se presentan en su naturaleza, el tipo de muestreo es no probabilístico debido a que seleccionamos a un grupo de estudiantes de determinada edad, teniendo como unidad de análisis estudiantes de 13 a 14 años del Colegio 9 de Octubre sin embargo está dirigido a todos los orenses.

Palabras clave: *Crossmedia*, identidad cultural, historia, plataformas

ABSTRACT

The initial problem that is presented in the work, is the loss of cultural identity, mainly in young people, with globalization, have been adapting foreign cultures where you have contact with other countries, and continents through a screen where there are no longer borders, which while it is true is a benefit on the other hand has caused that little by little is devaluing the culture of a people, in this case, the culture of Oressa, for it has been chosen a representative figure of Orense identity, to highlight the trajectory of a character that has left its mark on the heart of the people of orense, also to show the figure of a woman because the characters that are spoken of have been men, in this case Luz Victoria Ribera de Mora as an emblematic character, because the characters also form part of the identity of every citizen so we have worked with a crossmedia proposal around the life of the character, which is based on products that are disseminated by digital platforms. Through surveys to young people we determined which are those platforms they use frequently, in addition we made interviews to people who live or have their business premises around the Municipal Art and Culture Center Luz Victoria Ribera de Mora to determine how much they know or don't know about the character and if they feel identified with the characters that have been part of the story, also taking into account the important aspects to develop the products and that these arrive with more effectiveness, so we can develop content not only for students but taking into account all citizens of the province of El Oro, In order to have a clearer guideline, the vision of professionals in the field was taken into account, such as Social Communicators, Culture professionals, Historians and Visual Designers. The story is built with the anecdotes of people who have known Luz Victoria Ribera Mora, where she tells us about her life as a teacher, leader and poet, so that they can get to know the different facets in which she developed and thus build a single narrative world, and then translate that information into a single story, the story of Luz Victoria. This work was carried out with a qualitative-quantitative methodology where we built

the story of the character through the testimonies of those who knew her and with the publications we measured the audience on digital platforms. The scope of the research is descriptive because it seeks to tell a story so that it can influence the cultural identity of young people, It also has a non-experimental design because it was studied without manipulating the object of study, but rather to obtain the data as it is presented in its nature, the type of sampling is non-probabilistic because we selected a group of students of a certain age, having as unit of analysis students from 13 to 14 years of the 9 de Octubre School, however it is directed to all orensenses.

Keywords: Crossmedia, cultural identify, story, platforms

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	VI
ÍNDICE	8
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I	14
1.1. Ámbito del estudio: Caracterización	14
1.2. Planteamiento del problema	16
1.3. Localización del problema u objeto de estudio	17
1.4. Problemas Complementarios	17
1.5. Hechos de interés	17
1.6. Población y muestra	18
1.7. Objetivos de la investigación	19
CAPÍTULO II	20
DIAGNÓSTICO	20
2.1. Concepción teórica del diagnóstico	20
Identidad cultural	21
Relato como estrategia comunicacional	22
Estructura del relato	23
Elementos del relato	24
Lenguaje audiovisual	26
Difusión cultural	27
La narración como medio de difusión cultural	28
Comunicación Crossmedia	29
Crossmedia Vs. Transmedia	30
Experiencia-Crossmedia	33
2.2. Descripción del ciclo de diagnóstico	35
2.3. Instrumentos de recolección de datos	35
2.4. Técnicas e instrumentos para el diagnóstico	36
2.5. Cronograma de actividades y publicaciones	37

2.6. Resultado del diagnóstico	37
CAPÍTULO III	41
3.1. Identificación de la intervención	41
3.2. Fundamentación teórica de la intervención	41
3.3. Objetivos de la intervención	48
3.4. Planes de intervención	48
3.5. Propuesta de evaluación y control de la intervención	71
CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	72
4.1. Descripción y contrastación teórica de los objetos de la intervención	72
Resultado de la encuesta a los profesores del Colegio 9 de Octubre	112
4.2. Conclusiones	122
4.3. Recomendaciones	124
REFERENCIAS	125
ANEXOS	
Anexo 1	133
Anexo 2	135
Anexo 3	137
Anexo 4	141
Anexo 5	143
Anexo 6	147
Anexo 7	151
Anexo 8	158
Anexo 9	160
Anexo 10	162
Anexo 11	168
Anexo 12	174
Anexo 13	176
Anexo 12	183
TABLAS	
Tabla 1	31
Tabla 2	37
Tabla 3	40
Tabla 4	53
Tabla 5	53
Tabla 6	55

Tabla 7	56
Tabla 8	57
Tabla 9	61
Tabla 10	62
Tabla 11	64
Tabla 12	65
Tabla 13	67
Tabla 14	68
TABLA DE GRÁFICOS	
Gráfico 1	52
Gráfico 2	54
Gráfico 3	55
Gráfico 4	56
Gráfico 5	57
Gráfico 6	57
Gráfico 7	59
Gráfico 8	59
Gráfico 9	60
Gráfico 10	60
Gráfico 11	62
Gráfico 12	62
Gráfico 13	64
Gráfico 14	65
Gráfico 15	66
Gráfico 16	68
Gráfico 17	68
Gráfico 18	69
Gráfico 19	70
Gráfico 20	70
Gráfico 21	72
Gráfico 22	73
Gráfico 23	74
Gráfico 24	74
Gráfico 25	75
Gráfico 26	76
Gráfico 27	77
Gráfico 28	78

Gráfico 29	79
Gráfico 30	80
Gráfico 31	80
Gráfico 32	81
Gráfico 33	82
Gráfico 34	82
Gráfico 35	83
Gráfico 36	84
Gráfico 37	85
Gráfico 38	86
Gráfico 39	87
Gráfico 40	87
Gráfico 41	88
Gráfico 42	89
Gráfico 43	89
Gráfico 44	90
Gráfico 45	91
Gráfico 46	92
Gráfico 47	92

TABLA DE FIGURAS

Figura 1	23
Figura 2	93
Figura 3	94
Figura 4	94
Figura 5	95
Figura 6	95
Figura 7	96
Figura 8	96
Figura 9	97
Figura 10	97
Figura 11	98
Figura 12	99
Figura 13	99
Figura 14	100
Figura 15	100
Figura 16	101
Figura 17	101

Figura 18	102
Figura 19	103
Figura 20	103
Figura 21	104
Figura 22	105
Figura 23	106
Figura 24	106
Figura 25	107
Figura 26	108
Figura 27	109
Figura 28	110
Figura 29	110
Figura 30	111
Figura 31	111

INTRODUCCIÓN

Cada región, país, ciudad, o pueblo son parte de una cultura que los identifica y la provincia de El Oro es sumamente rica en historia y para los orenses debe ser importante conocer de esa riqueza que los hace únicos, además de saber identificar los personajes que ayudaron a moldear parte de la identidad cultural orense, muchos escritores, poetas, artistas se han formado en la cuna de oro y han llegado a tener reconocimientos nacionales, sin embargo al pasar de los años y las futuras generaciones se va apagando la luz de quienes dejaron huella en su ciudad y en el corazón de sus contemporáneos.

Al hablar de Luz Victoria Ribera de Mora se hace referencia a un ícono identitario de esta provincia al ser una mujer machaleña ilustre por las enseñanzas que dejó en la mente de quienes pasaron por las aulas de clase del Colegio 9 de Octubre, conformó el grupo de gestores en la fundación de la Universidad Técnica de Machala y otros cargos como poetisa, docente y líder.

Por ello esta investigación busca resaltar la ardua labor que tuvo Luz Victoria Ribera de Mora, además de hacer que jóvenes fortalezcan la identidad orense conociendo este personaje representativo de la provincia de una manera dinámica haciendo uso de las narrativas *crossmedia*.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1 Ámbito del estudio: Caracterización

La identidad cultural como sinónimo de pertenencia engloba muchos aspectos desde costumbres, tradiciones, creencias, e incluso hasta el comportamiento de cada persona, pero esto se ha visto afectado por la globalización donde todos pueden ver e interactuar con culturas extranjeras, tomándolas como suyas y olvidando lo que como por identidad le pertenece a cada miembro de su sociedad. En un estudio aplicado a jóvenes estudiantes de la Escuela “Ciudad de San Salvador” de la ciudad de Quito asegura que:

(...) las modas extranjeras son; como factores grandes que han cambiado a la cultura indígena, los rasgos visibles como la vestimenta ha generado con facilidad especialmente en los jóvenes y niños y niñas de las comunidades rurales sólo algunos mayores mantienen debidamente los valores culturales (Chusin, 2013, p. 30).

Por otra parte, Cepeda (2018) afirma que si las comunidades o grupos sociales se desarraigan de su patrimonio lo más probable es que no lleguen a encontrar parte de su identidad cultural, debido a la falta de reconocimiento de su historia.

Una investigación realizada en España nace de la idea de rescate cultural con el objetivo de hacer que jóvenes se sientan identificados con parte de su patrimonio, mediante la realización de concursos donde los jóvenes buscan y documentan información sobre sus bienes patrimoniales en una comunidad

autónoma de España para luego crear una propuesta de mejora para conocimiento de esos lugares históricos.

Vargas (2014) en su investigación de las estrategias que utilizan los docentes para fortalecer la identidad mochica de los estudiantes de primaria de una localidad en Perú, determina que las estrategias que manejan los docentes son escasas debido a que los instrumentos aplicados son en su mayoría textos, por tal razón los estudiantes cuentan con muy baja participación e interés en la búsqueda de información complementaria, e incluso no es considerada una buena estrategia aplicada cuando se trata de generar un sentimiento de pertenencia a los estudiantes.

Reconocer a aquellos personajes que forjaron la historia también forman parte de la identidad cultural y contar sus historias fortalece estos aspectos importantes.

Contar historias ha venido siendo algo tan cotidiano desde la existencia del ser humano, y es que una historia tiene la capacidad de quedarse en nuestras mentes por un largo periodo e incluso para siempre, la utilización de la narrativa es considerado como uno de los métodos más influyentes, como estrategia nació en España, como un papel primordial de la publicidad, tal y como lo dijo Cárdenas (Citado en Rojas, Purizaga, & Benites, 2018, p. 5) “como mecanismo que permite rescatar la humanidad y las emociones”. Por tanto, dentro de la comunicación es de gran ayuda porque permite a las personas contar historias de diferentes maneras.

Desde que nacieron estas nuevas propuestas, el nivel de comprensión en Latinoamérica fue creciendo de manera muy rápida, donde la adaptación de la historia actualmente se ha convertido en el corazón de la publicidad y la comunicación, gracias a los avances tecnológicos y demás factores que permiten la interacción del ser humano, desde la conexión de las emociones a la mente del consumidor,

y desde la mente del consumidor al corazón, logrando así, quedarse como parte de la cotidianidad de las personas con el propósito de que las empresas u organizaciones no sean olvidadas por las personas, sino que de alguna manera se sientan identificadas por las mismas.

De esta manera, las narrativas se integran junto con *crossmedia* y *transmedia*, Jenkins (Como se citó en Albarello, 2013) “entrando en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (p. 247). Ligando así a emociones, atracción y fidelidad de la sociedad.

1.2. Planteamiento del problema

Implicar la cultura en la actualidad puede resultar un reto, por ello poco se refleja en medios de comunicación que desarrollen proyectos para la preservación o rescate cultural, como identifican como problema en su estudio de difusión de patrimonio de la provincia de El Oro, (Tello, Iñiguez, Benitez, & Tusa, 2017, p. 1112) “la falta de visibilización de los temas de patrimonio cultural en medios de comunicación y espacios digitales multimedia”. El proyecto Orotopía ha desarrollado diversos contenidos en cuanto a cultural se refiere; los personajes emblemáticos contribuyeron al desarrollo de una sociedad, por ello resaltar el trabajo de estos personajes enriquece la identidad de sus ciudadanos, debido a esto el trabajo investigativo se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo generar una propuesta *crossmedia* de identidad cultural del personaje Luz Victoria Ribera de Mora?

1.3. Localización del problema u objeto de estudio

La investigación a desarrollar coloca el foco en el Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala, debido a que el personaje emblemático tuvo una gran trayectoria dentro de la institución, obteniendo su título de bachiller para luego formar parte del grupo de docentes y más tarde alcanzar el cargo de vicerrectora, por ello este trabajo implica la utilización de una narrativa *crossmedia* con el fin de contar la trayectoria de Luz Victoria Ribera de Mora a todos los orenses sin embargo tomamos como base para obtener los datos, a estudiantes de décimo curso del Colegio de Bachillerato 9 de Octubre, para valorar la narrativa, este trabajo se desarrolla con el propósito de aportar en el reconocimiento del personaje como parte de la identidad cultural de los ciudadanos y los estudiantes orenses.

1.4. Problemas Complementarios

- ¿De qué forma se puede caracterizar la identidad cultural en una propuesta *crossmedia*?
- ¿Cómo diseñar los contenidos *crossmedia* de Luz Victoria Ribera de Mora?
- ¿Cómo valorar la narrativa correcta de una propuesta *crossmedia*?

1.5. Hechos de interés

- **Orotopía un proyecto cultural:** Enfocándonos en el aspecto local, el proyecto Orotopía, desarrollado por docentes y estudiantes de la carrera de Comunicación social de la Universidad Técnica de Machala, nace en el 2015 como rescate cultural orense, apoyados de una narrativa transmedia, donde se difunde contenido a través de las diferentes plataformas que ofrece

internet, desde la cuentería popular hasta biografías de personajes históricos de la provincia, conforman la gama de contenidos que desarrolla el proyecto.

- **La Magia del Tren**, es una investigación que nace como rescate del patrimonio cultural orense en 2019, teniendo como objetivo base, generar contenido *transmedia*, y el protagonista de la historia es un de los elementos culturales tangibles que posee la provincia de El Oro, el Ferrocarril, por tanto el trabajar con patrimonio y cultura adaptado a las nuevas tecnologías y formas de difusión de productos creativos mediante plataformas digitales ayuda a generar más impacto en la audiencia, como lo explica (Pezantes, 2019) el trabajo se llevó a cabo desde el 19 al 26 de agosto del 2019, aumentando el número de seguidores en las cuentas de Orotopía, proyecto que se desenvuelve en la provincia de El Oro.
- **Con Sabor a Cacao**: Es un proyecto que trabaja con narrativa *transmedia*, la historia se desarrolla en la parroquia El Progreso del cantón Pasaje, tiene como objetivo la difusión de material cultural en base a uno de los productos que mueve la economía de la parroquia, el cacao, creando distintos escenarios para que la personas de la parroquia y todos los oreenses sean partícipes de la narrativa, la investigación obtuvo como resultados una buena interacción con el público en términos generales además de hacer que los habitantes se sumerjan en la historia Con Sabor a Cacao y lo tomen como parte de su cultura.

Mediante la elaboración de una propuesta *crossmedia* basada en la historia de Luz Victoria Ribera de Mora se pretende aportar en el fortalecimiento de la identidad cultural de los oreenses en reconocimiento de personajes emblemáticos como parte de su identidad.

1.6. Población y muestra

Machala es el eje principal de la investigación debido a que el Colegio 9 de Octubre se encuentra localizado en la misma ciudad y el personaje emblemático creció y dedicó gran parte de su trabajo en el mismo colegio. El tipo de muestreo es no probabilístico, debido a que la unidad de análisis son estudiantes de 12 a 14 años del Colegio 9 de Octubre y porque pretende estudiar las características particulares de los jóvenes y cómo funciona en un grupo determinado, sin embargo va dirigido para todos los oreenses.

1.7. Objetivos de la investigación

Objetivo general

- Generar una propuesta *crossmedia* de identidad cultural del personaje Luz Victoria Ribera de Mora

Objetivos específicos

- Caracterizar la identidad cultural en una propuesta *crossmedia*
- Diseñar los contenidos *crossmedia* de Luz Victoria Ribera de Mora
- Valorar la narrativa correcta de una propuesta *crossmedia*.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Concepción teórica del diagnóstico

Se contempla la siguiente posibilidad de generar interés en la identidad del personaje Luz Victoria Ribera de Mora, utilizando las redes sociales como medio de difusión frente a los productos comunicacionales involucrando a esto la producción audiovisual para promover el fortalecimiento de la identidad cultural de la misma. “Parte de la identidad de un grupo social está dada por su patrimonio, que es la expresión de su origen, estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso de audiencia, en otras palabras, de su cultura, su memoria histórica” (Molano, 2007, p. 75)

Considerando el personaje de este trabajo como parte de la identidad de una mujer que toma medidas para la educación básica, la gestión cultural de la provincia y el transcurso de los logros obtenidos que no son reconocidos por los suyos. Por esta razón, se busca plasmar la representación de vidas personales adaptadas a las temporadas actuales sembrando experiencias sociales. Con la aplicación de las nuevas tecnologías que en concreto puede ser difundida en diferentes plataformas en las que permiten automáticamente la medición de audiencias.

Barbero (Como se citó en Briceño, 2016) “La dimensión/fragmentación de la ciudad densifica la mediación y la experiencia tecnológica hasta el punto de sustituir, de volver vicaria, la experiencia personal y social”. (p.122) además añade que “los jóvenes hoy en día no se comunican con una máquina sino con una mediación” Barbero (2010), en palabras del autor, los jóvenes viven hoy una especie de comprensión cultural que tiene que ver con los modos de entrelazamiento de las diferentes

prácticas, con esta nueva forma de circular los productos culturales cambia de una forma puntual obteniendo una relación con la cultura más duradera y más creativa . Se debe tener en cuenta que el hecho de que los usuarios interactúen forman parte de los principales comunicadores en la actualidad con los medios digitales, sin dejar de lado la información que indican los medios masivos como la TV que con el pasar del tiempo y los avances en la tecnología está se ha actualizado constantemente para no quedar atrás, es por esta razón que la herramienta *crossmedia*, es con la que se amplía la difusión de contenido.

Identidad cultural

La identidad cultural va ligada a costumbres y tradiciones que caracterizan a un lugar, donde su gente se sienta identificada haciendo que sean diferentes a otras comunidades o sociedades. Molano (2007) “La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro” (p.74) cada pueblo tiene su historia y esto es lo que lo hace único de los demás, rescatar y tener presente esos hechos es mantener viva la cultura y así fortalecer la identidad. Hernández & Infante (2011)

(...) es, por tanto, insoslayable la preservación de los valores más auténticos para garantizar la permanencia en el tiempo del acervo cultural que cada pueblo ha heredado y debe legar a las futuras generaciones; el cual ha de estar en armonía con el patrimonio universal, aunque sin asumir posiciones miméticas que lo alejan de su idiosincrasia y generen una actitud de desarraigo. (p.3)

Es fundamental reforzar los valores de cada cultura para que las costumbres no se pierdan y de esta manera prevalezca la historia de una sociedad.

La UNESCO (como se citó en Ballesteros, Gracia, Ocaña, & Jácome, 2018) indica que las características de una cultura son en base a los rasgos individuales de una comunidad, entre ellos los espirituales, materiales y afectivos también se incluyen aspectos como las artes, el estilo de vida, valores, creencias y tradiciones.

Cepeda, comparte este concepto, pero hace énfasis en que no se puede confundir con el sentimiento comunitario. (Cepeda, 2018) “la manera que tiene cada individuo de ese pueblo de vivir y sentir dicha cultura, pero que resulta totalmente necesario para que la comunidad se mantenga cohesionada” (p. 254)

Si bien es cierto la identidad cultural es aquel sentimiento con el que nos sentimos parte de una comunidad, de dónde venimos, eso que nos hace sentir que es nuestro y debemos hacer prevalecer, para las generaciones futuras.

Relato como estrategia comunicacional

El Observatorio de Innovación Educativa lo define como una “herramienta creativa para el aprendizaje que ofrece a los espectadores una moraleja o reflexión en torno a un suceso. Se utiliza en grupos interculturales para producir una enseñanza o construir múltiples sensaciones emocionales y promover diversos puntos de vista” (Educativa, 2017, p. 4) orientado el término en el ámbito académico sirve para direccionar el aprendizaje a una mejor comprensión haciendo que los conocimientos sean receptados de una forma más dinámica.

Involucrarlo con la cultura, significa evolucionar, dar nuevos aportes a la investigación, una forma de generar conocimientos de una propia cultura con un estilo diferente.

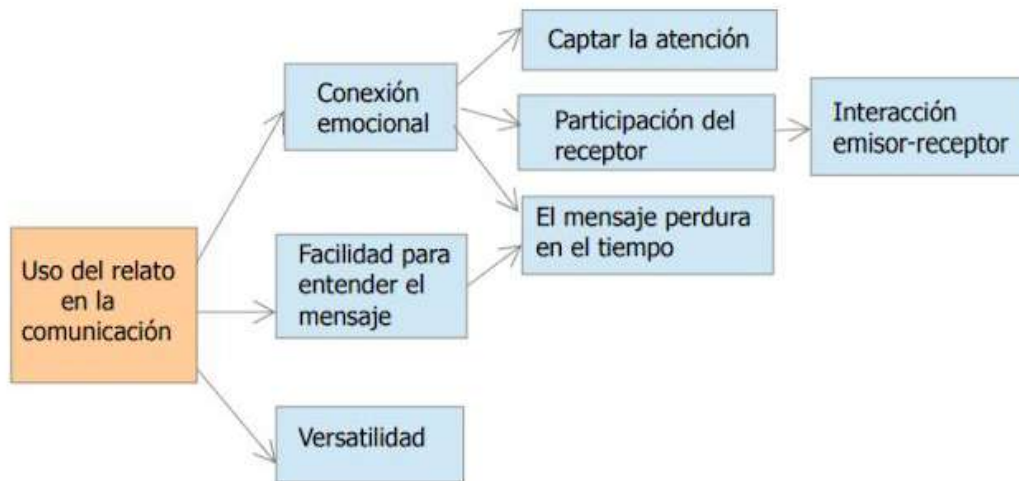


Figura 1. El uso del relato en la comunicación (Guisado, 2017, p.6)

Estructura del relato

Basado en el modelo universal de contar historias como lo detalla (López & Nicolás, 2015) en su estudio, el cual se estructura por el inicio, desarrollo y desenlace al cual agrega tres componentes importantes, la confrontación del personaje inicial frente a un problema, el desarrollo que incluye dificultades que debe superar el protagonistas y el desenlace que desmantela el buen o mal final para el protagonista.

Aristóteles (como se citó en Rojas, Castañeda, & Mesta, 2017) detalla que toda historia tiene que tener congruencia durante el desarrollo de la trama que le permite envolver al espectador con el relato. Un aspecto importante que resalta Zavala (2014) en su publicación narratología y lenguaje audiovisual, es el suspenso, lo cual permite que el espectador se mantenga a la expectativa y no pierda el interés.

Para Guisado (2017) no solo es necesario tener un inicio, desarrollo y desenlace, a este proceso agrega un punto más denominado punto álgido, el cuál determina un estado culminante del relato, según su estructura sería algo así:

- Introducción: en la cual se introducen los personajes y se sitúa al receptor en la historia
- Nudo: en el que se establece el conflicto al que se enfrentan los personajes y cómo superarlo.
- Punto álgido: supone el punto crítico de la historia
- Fin: en el que se soluciona el conflicto y finaliza la historia

Fuente: (Guisado, 2017, p. 9)

Elementos del relato

Distintos autores aportan a la construcción de una historia pero ninguno alejado del otro, Fog, Budtz, Munch y Blanchette, (como se citó en Guisado, 2017) describe que el relato se compone de cuatro elementos:

- Idea: tener una noción clara de lo que se quiere lograr con la narración
- Problema: una dificultad en la trama de la historia o un antagonista es el enganche necesario para crear una perspectiva en la audiencia.
- Personajes: aquellos actores que generan conexión con su público.
- Trama: el conjunto de todos los elementos, generando el material final

Una historia exitosa contiene tres elementos, según López, Ibieta (como se citó en García & Anzures, 2018)

La coherencia entre Escenario, protagonista y guión, debe tener una linealidad que sostenga el interés del espectador. De lo contrario, la historia no solo pierde la atención(...) sino que se pierde del todo la credibilidad. De la mano de esa coherencia se exige también que los condimentos de una historia sean verosímiles, lo que no necesariamente exige que existan en nuestra realidad. (p.6)

De igual forma López, Ibieta Ibieta (como se citó en García & Anzures, 2018) “una buena historia puede incluir: metáforas o símbolos, imágenes o arquetipos fáciles de asimilar, puede evocar imágenes, pero también debe motivar, tener un ritmo y un orden que facilite al público seguir todo el relato”. (p.6) consideran como pieza importante la motivación, debido a que apela a los sentimientos y con un buen hilo conductor, se logra mantener al público a la expectativa.

Cuatro elementos son los esenciales que debe contener una buena historia según Núñez (como se citó en Guisado, 2017)

- Conflicto: es el hecho que desencadena la acción. Tendrá más capacidad de llamar la atención de la audiencia cuanto más próximo le resulte y más enrevesado sea.
- Personajes: son fundamentales para que el espectador se sienta identificado con ellos y se ponga en su lugar en la historia.
- Emociones y sensaciones: la historia debe emocionar y hacer que el espectador le perciba con todos sus sentidos, no debe basarse solo en la imagen.

- Libertad: la historia debe estar lo suficientemente abierta como para que la audiencia pueda añadir los elementos que vea oportunos para que esta se haga viral (p.10)

Como se visualiza los autores concuerdan en un punto clave, captar la atención de los espectadores, convirtiéndose en el eje central de toda historia, pero no quedando ahí el relato, a la estructura conjunto a los elementos se le incorpora el polvo mágico que hace que ese relato no solo quede en una hoja de papel o en un video sino que este se impregne en la mente de quienes fueron testigos de ese relato y sea transmitido a otras personas.

Lenguaje audiovisual

Teniendo en cuenta que el lenguaje existe con el ser humano y este se manifiesta de dos formas; verbal y no verbal, pero yendo más allá, con la aparición de la tecnología y los hermanos Lumiere nace el cine, y con ella una nueva forma de comunicar.

El lenguaje audiovisual “es un sistema de códigos sonoros y visuales “gramaticalizados” y organizados para la comunicación de significados” (López & Nicolás, 2015, p. 29). Para entender esta parte de lo audiovisual hay que tener en claro que el lenguaje en un conjunto de códigos que combinados crean un significado mediante la palabra o la escritura, mismo significado que se debe generar mediante un producto audiovisual mediante la utilización de la imagen y sonido.

Como lo mencionan autores como Eco, Durand, y Barthes (como se citó en Urrea, 2014) definen en lenguaje audiovisual como la interrelación entre audio y video donde lo visual destaca más que lo verbal, creando múltiples universos que son comprendidos individualmente por la audiencia. El

lenguaje audiovisual traslada a la audiencia a un mosaico de sentimientos tomando en cuenta el objetivo que se quiera lograr con el producto audiovisual, teniendo una aproximación más efectiva.

Difusión cultural

Lo que se busca al realizar este trabajo es mostrar la autodeterminación y fortaleza de un personaje representativo de El Oro como fue Luz Victoria Ribera de Mora, para que los jóvenes tengan conocimiento y sepan valorar a los personajes emblemáticos, para ello la narración como herramienta para la difusión de contenido permita fortalecer la identidad cultural de los jóvenes. “La cultura, ese elemento fundamental en la vida social de los seres humanos, ha sido estudiada no sólo desde diversos enfoques, también ha sido objeto de políticas que facilitan o impiden la conservación, transformación, difusión y extinción de sus manifestaciones, por cierto, diversificadas social e históricamente” (Mariscal, 2016, p. 57). La globalización ha sido la causante de muchos cambios en la sociedad a ello también se involucra la cultura como uno de los aspectos que más se ha visto afectado, sin embargo, existen proyectos de difusión cultural. A ello Mendoza (2019) asegura:

La comunicación mediatiza y difunde la cultura, y esta última se alimenta también de la de la cultura con la producción y consumo de signos, donde el ámbito de lo audiovisual contribuye en la difusión de información y recreación de la misma, lo que permite al espectador tener una primera experiencia frente a un nuevo escenario (p. 215).

Hay que entender que en la sociedad ya no se habla de una cultura específica o representativa de donde pertenecen, en un mundo globalizado, existe la diversidad cultural lo cual acapara distintos aspectos, como lo explica Val (2017)

La diversidad cultural, por lo tanto, es un concepto cargado de interpretaciones que pueden hacer referencia a la identidad, las minorías, la lengua, la inmigración o la integración, y que por ello ha sido estudiado y analizado desde muy diferentes campos del saber (p.113).

La narración como medio de difusión cultural

La cultura se basa en relatos de antaño que forjan los cimientos del presente. En tal caso Snijders (2017) considera que se debe difundir los relatos que determinan la formación del patrimonio para acoplarlos a programas educativos, culturales o con el fin de promover el turismo. Esta herramienta con un buen manejo logra el *engagement* que toda empresa, grupo u organización desea, lo importante es que la historia se logre identificar con los usuarios o público objetivo.

Crossmedia

El término *crossmedia* en su traducción a español “cruce de medios” converge en la utilización de diferentes plataformas y medios que involucra de una forma más activa en el proceso, por lo que las propuestas basadas en esta herramienta tienen que ser lo suficientemente atractivas para que la audiencia participe y acceda a experimentar toda la historia en su conjunto. Reno (como se citó en Gualpa, 2019) “*crossmedia* es una estrategia narrativa que ofrece, a partir de distintas plataformas de lenguaje, el mismo mensaje adaptado a las limitaciones de cada plataforma” (p.3) es decir el autor considera que el mismo relato es difundido por las diferentes formas de difusión ya sean estas mediante la web o por medios tradicionales.

Davidson (2010) difiere en que no es la misma historia tal y como se presenta difundida por los medios sino que ofrece una experiencia con diferentes formas de presentación con la utilización de

material sonoro, visual que son dispersados por la tv, material impreso, la web, etc. “La estrategia Cross-Media, por tanto, es más integral e idealmente concibe una red alrededor de un concepto determinado, que en ocasiones puede convertirse en un universo narrativo coherente y completo” Roig (como se citó en Minutti, 2014). Además Davidson (2010) añade que *crossmedia* aparece con los inicios del ser humano, es decir con la forma de comunicarse.

Una de las características esenciales que resalta Davidson (2010) es la actividad que genera este cruce de medios, debido a que produce en la audiencia el sentimiento de compromiso en averiguar qué será lo siguiente que ofrece la experiencia de vivir la historia en su totalidad.

Comunicación *Crossmedia*

La comunicación es uno de los campos que busca la interrelación entre humanos y el objetivo es que los mensajes que se quieren transmitir sean captados en su naturaleza. “Aboga por el diálogo, el debate y la participación, con el propósito de fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso” (Canavire, 2019, pág. 48). Por ello se elaboran estrategias debido a que no en todos los casos se capta la idea, aquí entra la funcionalidad de la herramienta más poderosa que tiene el ser humano, el lenguaje. Garrido (como se citó en Navarro, Almaguer, Moreno, & Hernández, 2020) “Las estrategias desde el punto de vista de la planificación, constituyen cursos de acción para el logro de objetivos propuestos, aunque éstas pueden surgir de manera emergente antes circunstancias imprevistas” (p.80). La elaboración de productos *crossmedia* enfocados con un fin comunicacional aporta mucho más valor al querer transmitir un mensaje y que este sea receptado efectivamente.

Si nos referimos a *crossmedia* consideramos que es un ecosistema de información que sirve para la difusión de contenidos basados en una misma historia, en otras palabras, se refiere a las experiencias

que inspiran, forman y transforman contenidos integrados a través de múltiples plataformas permitiendo que sean transmitidos por cualquier medio, sea este masivo o digital. Se considera también un proceso productivo con alto grado de convergencia tecnológica. Mientras tanto esto se logra a través de la vinculación que permite adaptarse a la variedad de lenguajes tecnológicos existentes como leer un libro, ver una película, seguir una novela, jugar un juego o dar un paseo, etc.

Un aspecto básico de la significación de *crossmedia* es que brinda experiencias que implican un amplio campo de interactividad con la audiencia.

Crossmedia Vs. Transmedia

Las diferencias de *crossmedia* y *transmedia* son muy sutiles, la primera se refiere a una repetición de la misma historia, adaptada para las distintas plataformas, es decir que una película representa todo lo que está en un libro, entre estos está: Harry Potter, Crepúsculo, La quinta ola. Mientras que la narrativa *transmedia* consiste en producir mensajes distintos para diferentes medios y que permitan la vinculación entre sí complementando como: *Star Wars*, *Avengers*. Sin embargo, Simons (2014) señala que *crossmedia*, es el término que más comúnmente se utiliza de forma sinónima a *transmedia*.

Otra cualidad que diferencia estos dos términos es que, *transmedia* acuñado por Henry Jenkins, puede definirse como una relación intertextual siendo muy similar a *crossmedia* por lo que ambos se refieren a experiencias mediáticas interrelacionadas en los diferentes medios. Mientras que en el caso de *crossmedia* se define como un sistema de trabajo creado para facilitar la interacción funcional entre individuos y mejorar las herramientas en una organización haciendo que la audiencia se involucre más

directamente como participantes de la información. Esta interacción se realiza a través de recursos técnicos y cognitivos que configuran diversas redes.

Tabla 1

Diferencias entre Multiplataforma, crossmedia y transmedia

<i>Multiplataforma</i>	<i>Crossmedia</i>	<i>Transmedia</i>
------------------------	-------------------	-------------------

Probablemente el relato Hablar de *crossmedia* es hablar Cuando nos referimos a multiplataforma es lo más de experiencias como transmedia, inmediatamente básico para realizar una anteriormente ya se ha resaltado, nuestra mente colapsa de forma experiencia narrativa, en en la que una historia se adapta a gradual por lo que así mismo donde la misma historia se los medios, tales como: Tv, radio, como *crossmedia* y adapta a los diferentes prensa, DVD, dispositivos multiplataforma son adaptables lenguajes y medios. Es normal móviles, incluyendo páginas web, a los diferentes medios, sin ver una película de estreno en etc. Al momento de referirnos a embargo, cabe recalcar que el cine y luego de ello ver la la palabra adaptación, es que la transmedia es una narrativa de misma película en un canal de misma historia puede ser forma fragmentada en la que TV o subida en alguna escuchada en radio, leída en una misma historia puede tener plataforma digital, sin prensa, verla en una película o otras perspectivas como indica necesitar cambios o también en una imagen de Scolari, “todas estas diferentes ampliaciones. “El formato Facebook y una historia de formas de consumo que ahora debe responder a la naturaleza Instagram. aparecen fragmentadas es una del propio contenido y no estar Hernández & Grandío (2011) La narrativa transmedia”. Scolari, vinculado a ninguna creación de este tipo de ficciones (como se citó en Albarello, plataforma, porque transmediáticas se presenta, por 2013) potencialmente debe poder tanto, como una buena Es decir que la *transmedia* es distribuirse en cualquiera de herramienta creativa para los sinónimo de historias derivadas ellas” (Guerrero, 2011, pág. guionistas al generar nuevos con el mismo tema principal. 86) contenidos en otras ventanas de

Multiplataforma busca en sí la difusión, al mismo tiempo que comodidad de su audiencia al fomenta también la industria receptor una historia en audiovisual al posibilitar la diferentes plataformas. explotación promocional y comercial de esos universos de ficción.

Matriz: Autoría propia

Experiencia-Crossmedia

Contamos con que *crossmedia* es una experiencia que vive cada individuo por involucrar a la audiencia, logrando que un producto esté activo para los medios y que sea valorado con más propiedad e importancia. Provoca que la audiencia sea parte de dicho producto e información, influenciando a que la participación sea interesante al mismo tiempo de vivirla. A ello se sustenta que “La *transmedia* también está constituida por la narración *crossmedia*, una red tejida mediante una serie de elementos en torno a un universo narrativo” (Saavedra, Cuervo, & Mejía, 2017, p. 10)

El siguiente trabajo realizado con base a la narrativa *crossmedia*, tiene como objetivo el fortalecimiento de identidad hacia Luz Victoria Ribera de Mora, a través de productos comunicacionales, entre ellos fotografías, elementos gráficos y sonoros para medios digitales, permitiendo la interacción con el usuario. Tomando como incentivo el amplio campo a explorar en el

mundo digital dentro de la carrera de Comunicación Social, realizando la propuesta audiovisual sugerida, involucrando al personaje principal con actores colaborativos y la producción.

Los especialistas en la rama de la comunicación social, han tenido que adaptar sus nuevas formas de trabajo que mantienen en los medios masivos hacia las nuevas plataformas que tienen mayor velocidad y exigencia con herramientas y técnicas. Corona (2016) “*crossmedia* y narrativa *transmedia* no pueden pasar por conceptos sinónimos. Las diferencias son sutiles pero muy importantes, *crossmedia*, se refiere a una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios” (p.38) en este apartado difieren autores en dar una definición concreta:

(...) la narración *crossmedia* difiere de la multiplataforma en el hecho de que no se trata de la adaptación del mismo relato a diversos soportes, sino que cada uno de ellos aportará información para la construcción de un relato unitario. El receptor debe experimentar el conjunto para entender el significado de cada uno de ellos (Costa & Piñeiro, 2012, p. 111).

Sin embargo, lo que caracteriza la herramienta de *crossmedia* en este trabajo, es que los contenidos a realizar podrán ser compartidos en vínculo común con otros medios y redes sociales, logrando que el público interactúe con los productos.

Frente a la gran variedad existente en la actualidad de medios digitales y la actualización constantes de las plataformas, este trabajo usa la herramienta *crossmedia* representando una oportunidad de relación social y de educación cultural dentro de la provincia de el oro, agregándose de manera importante porque permite que la identidad cultural se extienda fácil y rápidamente, ayudando en plan común a la producción, el símbolo que representa y la importancia de reconocimiento cultural que aporta.

Se debe tener en cuenta que el diseño de un producto entra con un rol muy importante que define el concepto visual de la información que se quieren comunicar por lo que adquiere de un alto nivel de integración de los medios al igual que su diseño. También se implementa disponibilidades para la intervención ayudando al mismo tiempo con la audiencia de experiencias.

Si bien es cierto *crossmedia* aparte de ser una modelo de expansión para el producto audiovisual, se resalta su importancia en este proyecto por el nivel de interactividad que se genera con el usuario al hacer que su navegación por la historia implique las distintas plataformas.

2.2. Descripción del ciclo de diagnóstico

Desde la propuesta comunicacional realizada se pretende la ampliación del *storytelling* a diferentes plataformas de Redes Sociales para la estimulación de conocimientos que interactúa con la audiencia. La novedad de esta propuesta radica en el contenido de cada entrega donde, a partir de micro cápsulas, basadas en el producto bruto general adaptable para los ejes desde una perspectiva local para articulaciones en micro videos, entrevistas, crónicas e infografías.

2.3. Instrumentos de recolección de datos

Para poner en contexto a los productos comunicacionales, se tiene que conocer la historia del personaje emblemático para ello llegar a las personas que tuvieron contacto con Luz Victoria Ribera de Mora daría el toque esencial para darle vida a los productos, además de tener la perspectiva de profesionales para poder elaborarlos y llegar de manera efectiva a los públicos objetivos de la investigación. Para efectuar los productos pertinentes se aplican las siguientes técnicas e instrumentos:

2.4 Técnicas e instrumentos para el diagnóstico

- **Revisión Documental:** empezar la búsqueda de información relevante sobre Luz Victoria Ribera de Mora, en los diferentes lugares donde este personaje haya estado presente con su lucha como en la Casa de la Cultura, el municipio de la misma ciudad, y Diario Correo por las publicaciones de periodistas que hicieron sobre el personaje.
- **Entrevista semiestructurada:** efectuar las entrevistas ayuda en la recolección de datos que sirven para la construcción de los productos comunicacionales, las entrevistas semi estructuradas permiten la opinión del entrevistado y dar su punto de vista. a) *Profesionales en comunicación:* conocer la perspectiva de los profesionales en distintas áreas de la comunicación, para determinar los aspectos importantes en el diseño de la propuesta comunicacional. b) *Historiador:* Conocer parte de la cultura e historia de la provincia mediante los datos y hechos relevantes del pasado sobre el personaje en clave.
- **Entrevista :** Asignar entrevistas para el personal que trabaja a los alrededores del Centro de Arte Municipal de Arte y Cultura Luz Victoria Ribera de Mora, para identificar si conocen al personaje y determinar el tipo y estilo de contenido que consumen en plataformas digitales para la creación de los productos comunicacionales.
- **Encuestas virtuales:** Aplicar encuestas a estudiantes de dos paralelos de décimo curso y docentes del Colegio 9 de Octubre debido a que el personaje emblemático pasó por las aulas como estudiante, docente y vicerrectora con una larga trayectoria, por lo que se pretende evidenciar si los jóvenes guardan el sentido de pertinencia.

2.5 Cronograma de actividades y publicaciones

tabla 2

Actividades

ACTIVIDADES	MES				
	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Búsqueda de información	X				
Búsqueda de fuentes	X	X			
Entrevistas		X			
Encuestas		X			
Propuesta			X		
Desarrollo metodológico			X		
Presentación del proyecto					X
Sustentación del proyecto					X

Fuente: Autoría propia

2.6. Resultado del diagnóstico

- **Revisión documental:** Se asistió a la Casa de la Cultura inicialmente donde se pudo obtener escritos de ella, entre ellos poemas y un discurso, además de una pequeña bibliografía en un

libro de de escritores orenses, además de una escuela que lleva su nombre en el Cantón Balsas donde también se pudo obtener una bibliografía, se recurrió al Diario Correo donde encontramos fotografías y un reportaje sobre su vida.

- **Encuestas:** Se aplicaron encuestas a dos paralelos de décimo curso del Colegio 9 de Octubre además de aplicar a docentes para determinar si se hace énfasis en el rescate cultural de los estudiantes, se obtuvo un total de 35 respuestas de los jóvenes y 7 respuestas de los docentes.
- **Entrevistas:** Se realizaron entrevistas a personas que trabajan a los alrededores obteniendo como respuesta en su mayoría una falta de conocimiento de los personajes
- **Entrevistas semiestructuradas:** Las entrevistas realizadas para este proyecto fueron dirigidas a profesionales de las diferentes ramas de la comunicación, cómo lo son la comunicación audiovisual, comunicación radial, comunicación visual, comunicación digital, historiador y gestor cultural. Cada entrevista contuvo temáticas diferentes según el objetivo que necesita este trabajo, continuamente se pudo conocer el proceso para la narrativa y los puntos necesarios dentro de la misma para contar la historia de Luz Victoria Ribera de Mora. Con esta técnica se pudo determinar que algunos de los profesionales se refieren a la cultural como una identificación característica que acopla los valores, a pesar que con el paso del tiempo se han ido perdiendo por las innovaciones tecnológicas, sin embargo, son las tradiciones de los adultos que han resurgido como historias a contar.

“Aunque uno puede ser del lugar que uno quiera de todas maneras la memoria histórica, la memoria patrimonial es la que nos da la característica de humanos y lo que nos identifica y lo que nos hace legítimos conforme a nuestra vida porque todo el mundo es orgulloso de su lugar”, comenta Jorge Procel, historiador de la ciudad de Machala. Mientras que Wilson Bacacela, gestor cultural de la

UTMACH, agrega también que la identidad cultural es el sostén de cada pueblo para ser identificados, por lo que en estos momentos la identidad está siendo arrebatada por la globalización y los arraigos de grupos sociales actuales.

La cultura es un elemento vital, los pueblos de América Latina siempre han sido solidarios sin embargo ahora ha concurrido el individualismo, por lo que Andrea Mons, comunicadora visual señala que sí es importante definir una identidad para poder decodificar cualquier tipo de mensaje, en cuanto a la narrativa *crossmedia*, los profesionales resaltan que es una buena técnica para contrastar una historia y hacerla vivir en la memoria de la audiencia, ya que abarca con gran diversidad de consumidores de la comunicación, como la idea es difundir en diferentes plataformas, en el lugar de Germán Atocha, comunicador radial, señala que en una radio manejar bien el tema de la producción da mucho a favor y que se debe considerar el tema de los contenidos y la forma como se hace esa producción y cómo también se quiere impactar a los radioescuchas, esto quiere decir que se debe analizar todos los pasos desde la voz en off que estará transmitiendo.

Para este proyecto se está tomando en cuenta al momento de redactar que las buenas historias son aquellas capaces de contarnos algo relevante, matices, momentos. Son historias que generan en el lector sentir emociones, que provoquen algo en la persona que lee, que son seres emocionales y que se necesita poder leer o ver sintiendo cosas: aromas, lugares, personas, sentimientos, comenta Ángeles Britos, comunicadora digital. Debido a esto es que los productos comunicacionales, van reflejados en todos los aspectos y las facetas en la que Luz Ribera se desarrolló, probando que la historia necesita y debe ser recordada, como señala el historiador machaleño, Voltaire Medina que “hay necesidad de saber el pasado, el pasado no lo cambia nadie, el presente se mueve, puede pasar algo, el futuro no sabemos qué va a ocurrir, puede ocurrir una cosa totalmente diferente a la que estamos pensando, pero

el pasado está allí ese no cambia, un tractor puede pasar por encima de la ciudad pero el recuerdo queda en la mente de las personas de lo que fue su ciudad”, en este caso para la propuesta que se está realizando en este proyecto Pablo Castillo, productor audiovisual, recomienda que para extender una historia a varios soportes se debe elaborar una estrategia transmedia es muy complejo. Lo primero es contar con un equipo de guionistas que sean capaces de crear dichas tramas y subtramas. Después, contar con diseñadores y especialistas en marketing digital para darle la mejor forma posible, siendo atractiva y sin salirse de la esencia del proyecto principal, considerando estos datos, el reparto de estos oficios serán concretamente entre las dos personas que conforman este proyecto.

Tabla 3

Entrevistados

ENTREVISTADO	PROFESIÓN
Ángeles Britos	Comunicadora Digital
Germán Atocha	Comunicador Radial
Andrea Mons	Comunicadora Visual
Pablo Castillo	Comunicador Audiovisual
Wilson Bacacela	Gestor Cultural
Voltaire Medina	Historiador
Jorge Procel	Historiador

Matriz: Autoría propia.

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1. Identificación de la intervención

Tomando en cuenta proyectos de vinculación como “Orotopía” de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala, han iniciado trabajando con una narrativa *crossmedia*, tal es el caso de paisajes culturales proyecto que se desarrolló mediante una exposición de fotografías en la casa de la cultura Núcleo de El Oro que muestran la belleza de las parroquias y cantones de la provincia para luego difundirlas en plataformas digitales y así tener un mayor alcance; para realizar el trabajo enfocado al fortalecimiento de la identidad cultural se pretende aplicar una narrativa *crossmedia*, contando un relato en este caso, la historia de Luz Victoria Ribera de Mora como personaje emblemático de El Oro, sin perder la esencia, donde se harán publicaciones en diferentes plataformas digitales y medios tradicionales como prensa e invitación en radio para generar interés en los usuarios y éstos consuman el relato viajando por las distintas formas de difusión.

3.2. Fundamentación teórica de la intervención

Crossmedia es la adaptación de un mismo guión a diferentes medios, entre ellos están lo que son la televisión, la radio, los medios y redes digitales entre otros de actualidad. El ámbito a desarrollar los productos en medios convencionales como radio y prensa además de involucrar el internet, una de las plataformas digitales actualmente utilizadas por jóvenes estudiantes como recurso educativo es YouTube, Vizcaíno, Contreras, & Guzmán (2019) afirman que “el desarrollo del hábito lector queda, por tanto, estrechamente ligado a este acontecimiento literario que supera la encrucijada entre lectura tradicional y digital” (p. 99). Además en un estudio realizado por la fundación

telefónica de España en 2017 afirma que ocho de cada diez jóvenes entre 14 y 19 años de edad consumen productos audiovisuales por motivos de educación. De acuerdo a Del Fresco, García citado en Vizcaíno, Contreras, & Guzmán (2019):

(...) el ciberespacio y la era digital han perpetuado nuevas pedagogías colectivas construidas sobre la reorganización de los hábitos y costumbres sociales en un contexto económico colaborativo protagonizado por internet, la conexión entre redes y recursos, la interacción, y la apertura e inclusión social. (p.96)

El recurso audiovisual como estrategia para llegar a los jóvenes puede ser muy efectiva cuando se manejan bien los aspectos principales como el contenido del relato, imágenes, sonido y calidad, por tanto se considera que los productos o contenidos audiovisuales, en los diferentes medios, actúan de manera de manera ininterrumpida entre las conversaciones de los jóvenes dentro de los medios. Los productos comunicacionales tales como el documental dejan de lado lo ficticio para centrarse en hechos reales, basándose en problemáticas o contextos sociales con la finalidad de provocar un efecto en los usuarios. Por otra parte, el cortometraje forma parte de los diferentes tipos de producciones audiovisuales, como un producto comunicacional tiene el poder de llegar con más efectividad a la audiencia, como lo mencionan Aguilera, Baños y Ramírez citado en Lorán (2017) :

(...) el cortometraje es el formato más atractivo y la plataforma de visionado más utilizada es internet; eso sí, sin olvidar que los consumidores deben ser conscientes de la existencia de un contenido determinado y así tomar la decisión de consumirlo o no. (p.161)

Garavelli (2014) “La construcción de la memoria y la historia son esenciales para el desarrollo de una nación” (p.40) así mismo Garavelli (2014) afirma que “el video sigue teniendo presencia y

generando un campo cultural único, con sus circuitos de producción, distribución y consumo reconocibles” (p.29)

El campo de lo audiovisual es extenso y variable, donde se crea contenido diverso con diferentes fines, por lo tanto es una de las piezas y herramientas comunicacionales con más efectividad como lo menciona Garavelli (2014) además se debe tomar en cuenta que un corto documental tiene mucho poder y este se debe a una buena secuencia y estructura, es decir que deben contar las entrevistas de los especialistas y profesionales en la rama.

Las imágenes como representación de la realidad pueden ser un recurso muy útil e indispensable, para Reche (2012) “la imagen fotográfica, más allá del hecho artístico, constituye un referente visual para la documentación de un contexto social determinado; constituye un medio de comunicación cuyo contenido, es al mismo tiempo revelador de información y detonador de emociones” así pues una fotografía puede dotar de mucho valor cuando de comunicar un hecho se trata volviéndose en mucho de los casos protagonista por el significado de la imagen, con la aparición de las fotos panorámicas disponibles en teléfonos móviles en 2010, la empresa Facebook apostó por incorporar a la red social ese tipo de fotografía en movimiento denominadas imágenes en 360° uniéndose con la empresa Oculus Rift siendo una forma más creativa e interactiva de ver una fotografía para ello sostiene Vargas & Otero (2015) que:

(...)los recorridos se fundamentan en imágenes que se convierten en vistas panorámicas, que permiten la visión completa de un espacio donde el usuario experimenta la sensación de entorno real, por medio del control del movimiento dentro del área, apoyado de un puntero o teclas de un computador. (p.61)

Instagram es una de las redes sociales que en la actualidad ha tenido un gran crecimiento e influencia, Orsini citado en (Ramos, 2015) destaca que la audiencia que se siente más apegada a esta red social es el público joven. (p.18). Entre las herramientas que ofrece Instagram son los “post” que son publicaciones de imágenes en el perfil de un usuario con la opción de añadir un pie de foto, ubicación pudiendo interactuar con amigos, entre otras características, además se encuentran las “historias” que son publicaciones que duran 24 horas y que muestran el día a día de los usuarios que comparten y suben fotos, usualmente una de las opciones que brinda Instagram y que más interacción genera, a mediados de 2020 Instagram lanzó al mercado la competencia directa para *TikTok* denominado “*Reels*” según la agencia de comunicación *fsb comunicação* Instagram “*Reels*” tiene una gran ventaja en poder llegar a los seguidores de la marca en cuanto a *engagement* se refiere, porque son videos creativos de corta duración que se pueden publicar en las “historias”, quedar en el perfil y visualizarlas en el *feed*.

Los podcast son formatos de audio en mp3, Spotify la ha adaptado y conforme a esto ha tenido una gran acogida, puesto que fue una estrategia que implementó la empresa para ganar audiencia, Sruoginis, Lane & Silverman citado en Venier (2019) aseguran que es:

(...) uno de los formatos que ha revitalizado la práctica de escucha de contenidos sonoros en este proceso es el del podcast que, si bien resulta un formato que tuvo surgimiento en los comienzos del 2000, encontró un crecimiento significativo en el año 2019 (p.67).

El *podcast* también forma parte de los productos a difundir, es una herramienta sonora adaptada a las nuevas tecnologías. Elhordoy (2020) afirma que “el podcast es unisensorial, pero nunca unidireccional, porque se sostiene en una red de comunicación digital que facilita la interacción con el emisor” (p.221), acorde a esto Parra & Onieva (2020) mencionan que “sus generadores siguen la

doble estrategia de ubicar sus contenidos en su propio portal web y de distribuirlos y ponerlos a disposición de la comunidad internauta también a través de diferentes plataformas específicamente concebidas para esta clase de tecnología” (p.171). El podcast tiene el poder de trasladar lo analógico a lo digital sin alterar la esencia de la radio, como es el caso de las radios que han mudado a la web 2.0 en plataformas sociales como Facebook donde se vuelve un material de audio y video perdiendo la esencia de lo que es la radio.

El reportaje en palabras de Herrero (2017) es “un género informativo abierto a la creación literaria” (p.219). Este género periodístico tiene la característica de ser un conjunto de información recopilada mediante entrevistas, documentación acerca de un tema de interés no necesariamente actual además de integrar piezas literarias y tratar diferentes puntos de vista para que la información sea objetiva, como estrategia comunicacional.

La prensa escrita, es uno de los medios analógicos que recientemente se han involucrado con la web determinando así la convergencia mediática, sin embargo los jóvenes son aquellos que han dejado lo analógico. Centrándose más en lo digital como lo afirma Trillo & Ollero (2018).

Hoy, probablemente sean los “millennials” quienes mejor simbolicen el papel de marginalidad al que pueden abocar las dinámicas actuales de consumo informático con la irrupción de fenómenos como los “influencers” y las crecientes críticas de connivencia entre los grandes medios y el poder político y económico dibujando una oferta informativa con la que ni se identifican ni les representa. (p.69)

No obstante el problema no solo radica en el país sino en otras partes del mundo como lo señala Urbiola citado en Ortega (2017) “los jóvenes no están dispuestos a pagar por consumir información y

así lo demuestra el auge que logró la prensa gratuita en el sur de Europa” La contraparte de ello es que ha habido un incremento de audiencia en el consumo de la prensa escrita desde inicios del 2020 por motivos de Covid-19 según la publicación González (2020)“los periódicos lograron récord de tráfico en solo 15 días. Algunos ampliaron su techo a abril”

Las piezas visuales tales como la infografía dota de información e imágenes abriendo paso a la creatividad tal como lo menciona González, Pons, Morell, Pizá, Portilla (2020) “permiten abarcar campos creativos amplios y fomentar otras maneras de expresión” esta pieza visual es utilizada en el campo de la educación para trabajar con mapas mentales y así los estudiantes desarrollar sus capacidades creativas así destaca García citado en González (2018) “el uso de las infografías tiene dos vertientes: una como forma de presentar información y atraer la atención del estudiantado, y otra como actividad para el desarrollo de competencias relacionadas con el tratamiento” (p.23). Siendo un recurso de mucha utilidad en el campo de la educación, según los autores llega de una manera más efectiva y logra que los estudiantes capten mejor las ideas que se plantea el docente y cumplir con el objetivo.

Como lo menciona Gathegi citado en García, Tirado, & Hernando (2018) Las redes sociales han tomado un papel importante dentro de la sociedad convirtiéndose en la fuente primordial, especialmente para jóvenes, (p.292), destacando el uso de Facebook entre la audiencia joven, a toda esta transición Campos, Rúas, López, & Martínez (2016) explican cuáles son:

(...) a lo largo de los últimos años ha habido importantes cambios con los multimedia, la web social, la comunicación móvil, la gestión de los big data, las nuevas formas de uso y consumo, la

innovación en los modelos de negocio y sistemas de audiometría, la experimentación de la realidad virtual y la conexión a la de los objetos. (p.452)

Autores como Linares & Pozzo concuerdan y acreditan la idea de que las redes sociales han venido para quedarse y con ello involucrarse para no quedarse atrás, Linares & Pozzo (2018) “con el desarrollo de internet, no existe mejor forma para generar credibilidad personal que ser internet. Ahora tenemos muchas relaciones para que se intercambien información ahí está la clave, en intercambiar” (p.158)

Entre las redes sociales más utilizadas a nivel global, encabeza Facebook donde Cuesta, Martínez , & Niño (2018) señalan que “2 billones de usuarios activos al mes, de los cuales el 47% corresponde a jóvenes y adolescentes” (p.2), estas cifras representan usuarios que manejan su cuenta con diferentes fines, ya sea comerciales, educación, uso personal o simplemente hacen uso de las diferentes herramientas que ofrece esta red social.

Otra de las redes sociales preferidas por los usuarios es Instagram una aplicación que en sus inicios solo se publicaba fotografías aún así tuvo un crecimiento acelerado y fue ganando popularidad rápidamente Falcao , Santos, Mota, & Avelino (2017) “La red social Instagram (...) es la tercera en porcentaje de uso, detrás de Facebook y Whatsapp” (p.967). Estudio Anual de Redes Sociales, IAB (2017) citado en Pérez & Luque (2018) complementa esta información afirmando que “está presente en la mente de los internautas, pasando del 52% al 63% del conocimiento espontáneo. Sin embargo en la actualidad no solo cuenta con la opción de postear una imagen, sino que cumple muchas más funciones que con las actualizaciones se han venido dando, por tanto el mercado ha puesto los ojos en esta red social y ha ganado terreno en cuanto a marketing.

YouTube también considerada como una red social por cumplir con las características de comentar, compartir, subir información, poder interactuar con otros canales y una de sus últimas actualizaciones subir historias a los usuarios que tengan un número determinado de seguidores. Lopez (2018) denomina así a YouTube “la videoteca abierta más grande del mundo la cual permite que los usuarios puedan producir y compartir videos con otras personas rompiendo las limitaciones del tiempo y el espacio” (p.3).

3.3. Objetivos de la intervención

Generar contenido *crossmedia* sobre la vida de Luz Victoria Ribera de Mora como personaje emblemático de la Provincia de El Oro.

3.4. Planes de intervención

Guión *crossmedia*

Título: Luz Victoria

Lema: “Luz de Oro, Luz Orense, Luz Victoria”

Storyline

“Luz Victoria” es un proyecto *crossmedia* que busca involucrar a jóvenes estudiantes a ser partícipes de sentir la historia de Luz Victoria Ribera de Mora, quien dedicó y entregó su luz de saber a quienes pasaron por las aulas de clase del Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

Sinopsis narrativa

Es un proyecto dedicado a fortalecer la identidad cultural de los jóvenes mediante productos

comunicacionales que serán publicados por los diferentes medios y plataformas digitales debido al desconocimiento de figuras representativas como Luz Victoria Ribera de Mora, paulatinamente las generaciones han ido perdiendo el sentido de pertenencia con los personajes de su ciudad y provincia, el nombre del proyecto es “Luz Victoria” ya que así se la hace resaltar para poder contar su historia, teniendo en cuenta las estrategias de marketing y publicidad, para que el nombre del proyecto quede en la mente de quienes sean partícipes de interactuar con los productos, debe ser corto y memorable, para sintetizar aquellas ideas que se compartieron de las personas que la conocieron se dedujo Luz de Oro, Luz Orense, Luz Victoria como lema destacando que fue luminiscencia en diferentes campos destacando en la docencia, como líder y como poetisa.

La historia se desarrolla en base a la vida de Luz Victoria Ribera de Mora como único mundo narrativo donde se cuenta con entrevistas de personas que conocieron al personaje, fotografías reales, una oratoria y poemas cada uno de estos productos publicados en las distintas plataformas, donde el espectador recorrerá por los diferentes medios de publicación para descubrir todo el mundo narrativo del proyecto, generando pistas en cada publicación.

Mundo narrativo

Cuenta la historia del personaje desde sus inicios en la docencia y en los otros ámbitos en los que se desarrolló, como poetisa y líder política, haciendo mayor énfasis en el ámbito de la educación debido al interés de los jóvenes al conocer más sobre estos logros.

Identificación de partes de la historia

Docencia: Enfocado a sus inicios en la docencia y los logros que alcanzó en este ámbito debido a su dedicación por la enseñanza.

Poetisa: Su pasión por las letras y el arte de la oratoria, la llevó a realizar varias publicaciones de poemas en diarios conocidos de la ciudad.

Lideresa: Conocer el otro lado y sentido de amor por su ciudad y su gente, ocupando cargos públicos en su ciudad natal y defender los derechos de las mujeres.

Biografía del personaje

Protagonista

Luz Victoria Ribera de Mora: Personaje emblemático de El Oro, nace en Machala el 7 de diciembre de 1914 y fallece el 10 de septiembre de 2011. Destacada docente, reconocida por sus logros en el ámbito de la educación, considerada por quienes tuvieron la dicha de conocerla como una mujer brillante y con “temple”.

Audiencia primaria

Estudiantes de décimo curso del colegio 9 de octubre de la ciudad de Machala

Parte geográfica: Ciudad de Machala



Consumo de plataformas digitales de la audiencia primaria:

Plataforma de video: 1 (Youtube)

Plataformas sociales: 3 (Facebook, instagram, TikTok)

Plataforma de música: 1 (Spotify)

Fuente: figura 13

Acceso a la tecnología

En la ciudad de Machala el acceso a la tecnología e internet mantienen una buena cobertura, contando con empresas privadas que ofrecen a las familias el servicio en casa y la Municipalidad cuenta con una red abierta en ciertos establecimientos públicos como plazas y parques de la ciudad. sin embargo en la actualidad debido a la emergencia sanitaria los establecimientos educativos se trasladaron a las plataformas digitales haciendo que los estudiantes hagan mayor uso del internet, contando con estudiantes que no tienen facilidad de internet ni dispositivos tecnológicos por lo que las

instituciones les facilitan una ficha semanal para cumplir con las tareas y actividades.

Identidad visual

Gráfico 1: Identidad *crossmedia*



Fuente: Autoría propia

Luz Victoria

Luz de Oro, Luz Orense, Luz Victoria

El nombre del proyecto es el mismo del personaje al que se está representando en primera persona, debido a que la idea central es dar a conocer a Luz Victoria Ribera de Mora escogiendo sus nombres para personificar el proyecto.

La elección del lema corresponde a los tres elementos que cuentan la historia, Luz de Oro por ser una destacada docente y haber sido la luz del saber para muchos machaleños, Luz Orense representa la vida como líder no solo en Machala sino en la provincia, luchando por los derechos de las mujeres, estudiantes, profesores, artistas representado ser orense, Luz Victoria hacer referencia a su vida como poetisa porque en sus poemas se identifica con su nombre.

Los entrevistados fueron quienes brindaron la información para darle cuerpo a los tres elementos que se eligieron, por haber destacado en estos ámbitos en los que se desarrolló el personaje y así determinar el lema.

Tabla 4

Características del logo

ELEMENTOS SIGNIFICADO

Colores Degradado rojo y fucsia: Al trabajar con rostros dentro de la marca Orotopía el color que maneja es rojo, sin embargo, al vincular el proyecto Luz Victoria el cual encierra la feminidad a la cual representa el personaje Luz Victoria Ribera de Mora, el fucsia es ese color que representa dicha característica.

Azul: asimismo este color es utilizado en la marca Orotopía como fondo principal

Fondo El fondo lleva una luz resplandeciente detrás de las letras lo cual hace referencia indirectamente del nombre del personaje.

Matriz: Autoría propia.

Plataformas utilizada

Tabla 5

Corto Documental

PLATAFORMA

Corto documental

DIGITAL/ANALÓGIC Digital

A

ON/OFFLINE

Online

HISTORIA

Con los datos adquiridos e información otorgada mediante las entrevistas, se obtiene la compilación para contar la historia de Luz Victoria Ribera de Mora

EXPERIENCIA

Los espectadores tendrán una visión más amplia de quién fue el personaje mediante la información proporcionada en las entrevistas de las personas que la conocieron.

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 2. Corto documental transmitido en Youtube



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 3: Corto documental publicado en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Tabla 6

Fotografías

PLATAFORMA	Fotografías
DIGITAL/ANALÓGIC	Digita
A	
ON/OFFLINE	Online
HISTORIA	Las imágenes son la representación viva del personaje, y dota de veracidad a la historia
EXPERIENCIA	Los espectadores podrán ser testigos de piezas reales que cuentan la historia del personaje.

Matriz: Autoría propia

Gráfico 4. Imágenes publicadas en redes sociales



Fuente: Autoría propia.

Tabla 7

Fotografía en 360°

PLATAFORMA	Fotografía en 360°
DIGITAL/ANALÓGIC	Digital
A	
ON/OFFLINE	Online
HISTORIA	Estas fotografías son una forma más interactiva de ver una imagen, mediante la plataforma Facebook se puede hacer uso de esta herramienta.
EXPERIENCIA	Los espectadores podrán manipular la fotografía y manejar los espacios que deseen

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 5. 360° publicadas en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 6. 360° publicado en Instagram



Fuente: Autoría propia.

Tabla 8

Microcápsulas

PLATAFORMA	Micro cápsulas audiovisuales
DIGITAL/ANALÓGIC	Digital

A

ON/OFFLINE

Online

HISTORIA

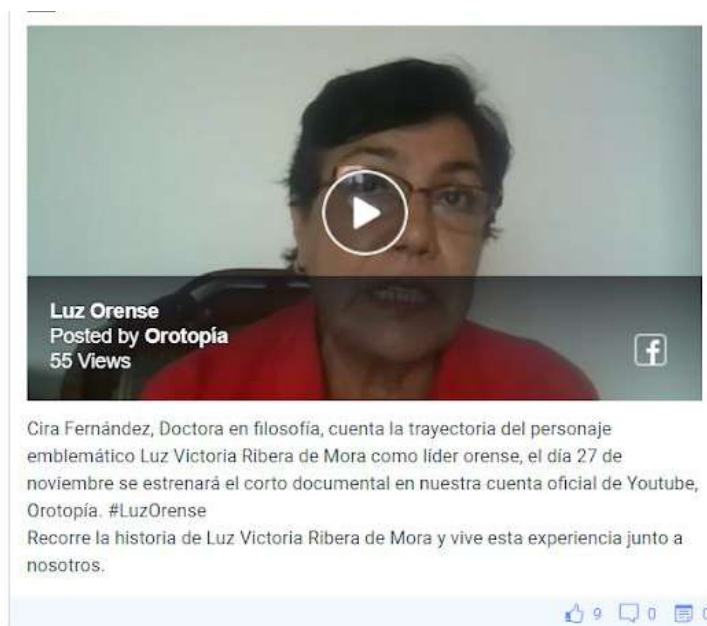
Se pretende contar su trayectoria en la docencia, en poco tiempo y así el espectador pueda viajar por las diferentes plataformas

EXPERIENCIA

Generar expectativa e interés por la historia de Luz Victoria Ribera de Mora

Matriz: Autoría propia

Gráfico 7. Microcápsula Luz Orense, publicadas en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 8. Micro Luz de Oro, publicada en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 9. Micro Luz Victoria, publicada en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 10. Micro Luz Victoria Ribera de Mora, publicada en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Tabla 9

Podcast

PLATAFORMA	Podcast
DIGITAL/ANALÓGIC	Digital
A	
ON/OFFLINE	Online

HISTORIA

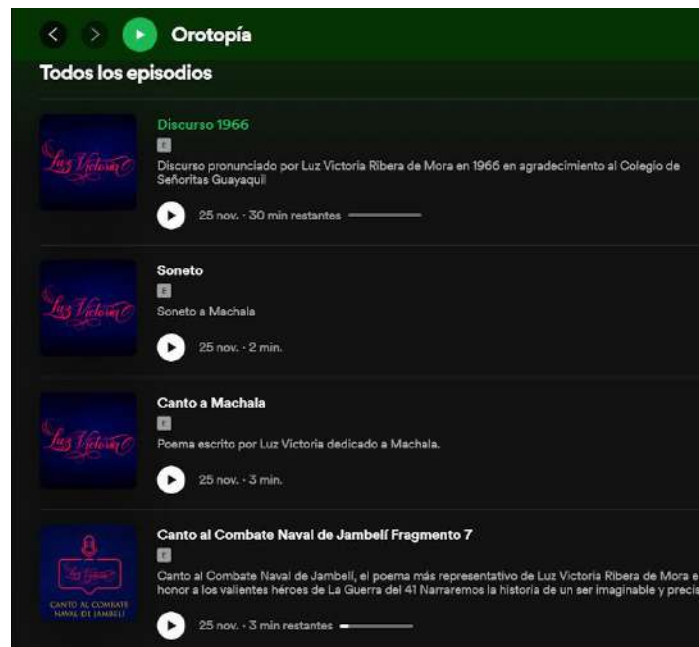
Archivos de audio donde se publicará cuentos, poemas del personaje, contando en diferentes archivos de voz el canto al Combate Naval Jambelí, Soneto a Machala y Canto a Machala

EXPERIENCIA

Mediante la plataforma Spotify y SoundCloud la audiencia tendrá la accesibilidad de escuchar fragmentos en diferentes archivos de audio de uno de sus poemas más conocidos, además de los cuentos y un discurso del personaje.

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 11. Fragmentos, cuentos y poemas en Spotify



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 12. Reproducciones de Luz Victoria en la cuenta Orotopía de SoundCloud



Fuente: Autoría propia.

Tabla 10

Reels

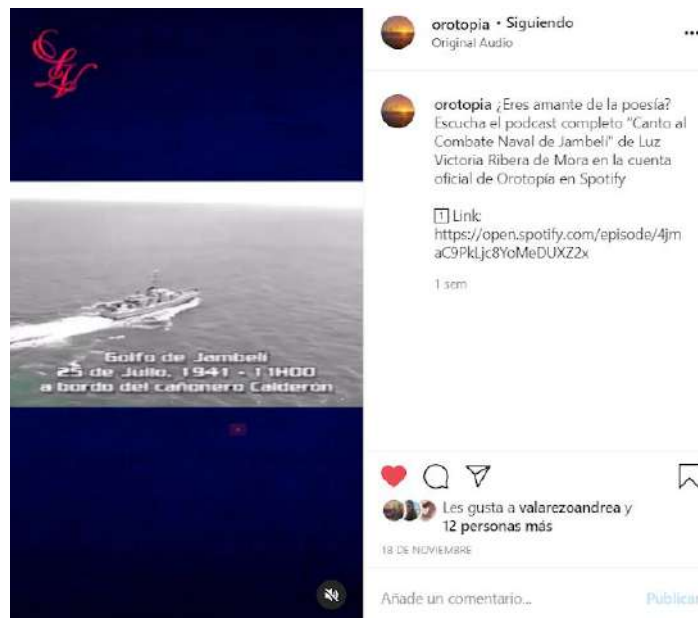
PLATAFORMA	<i>Reels</i>
DIGITAL/ANALÓGIC	Digital
A	
ON/OFFLINE	Online
HISTORIA	Se harán publicaciones de una pequeña parte de los fragmentos de los poemas, involucrando audio y video para vivir mejor la experiencia de los podcasts

EXPERIENCIA

La audiencia podrá ver y escuchar una dosis de los fragmentos, invitando a escuchar el material completo en los podcasts

Matriz: Autoría propia

Gráfico 13. Publicaciones en Instagram



Fuente: Autoría propia.

Tabla 11

Infografía

PLATAFORMA

Infografía

DIGITAL/ANALÓGIC

Analógica/ digital

A

ON/OFFLINE

Offline/Online

HISTORIA

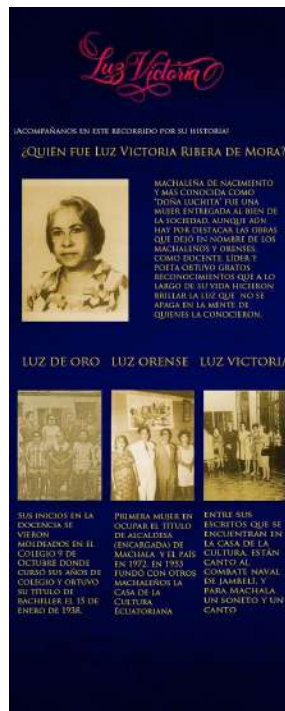
Relatar las partes de la historia del personaje en infografías donde cuentan las partes esenciales de su historia en los diferentes ámbitos en lo que se desarrolló

EXPERIENCIA

La audiencia que no cuenta con total accesibilidad a la tecnología ni internet podrá adquirir infografías donde podrá ser partícipe de la historia.

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 14. Infografía



Fuente: Autoría propia

Tabla 12

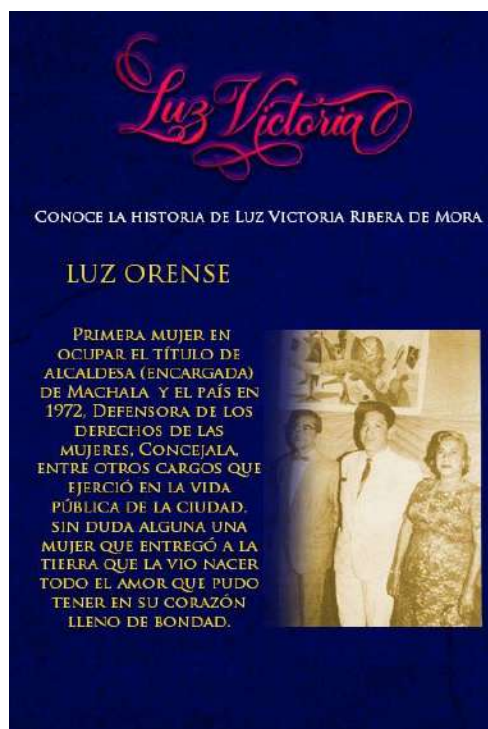
Flyer

PLATAFORMA	Flyer
-------------------	--------------

DIGITAL/ANALÓGIC A	Analógica/ Digital
ON/OFFLINE	Offline / Online
HISTORIA	Contar la esencia de los tres elementos de la narrativa
EXPERIENCIA	La audiencia podrá disfrutar de los relatos y sumergirse en lo que aconteció en aquella época

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 15. Flyer



Fuente: Autoría propia.

Tabla 13

Prensa escrita

PLATAFORMA

Prensa escrita

DIGITAL/ANALÓGIC

Analógica/ digital

A

ON/OFFLINE

Offline/ Online

HISTORIA

Se harán publicaciones sobre los acontecimientos en los que más ha destacado, colocando fotografías y pies de página

EXPERIENCIA

La audiencia se podrá informar de los hechos más relevantes del personaje.

Matriz: Autoría propia.

Gráfico 16. Reportaje en medio digital



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 17. Reportaje en medio impreso



Fuente: Autoría propia.

Tabla 14

Redes sociales

PLATAFORMA	Redes sociales
DIGITAL/ANALÓGIC	Digital
A	
ON/OFFLINE	Online
HISTORIA	Se harán publicaciones de los diferentes productos comunicacionales, en las redes sociales que se han establecido de Orotopía

EXPERIENCIA

La audiencia podrá recorrer por las diferentes redes sociales para experimentar toda la historia de Luz Victoria

Matriz: Autoría propia

Gráfico 18. Cuenta de Orotopía en Facebook



Fuente: Autoría propia.

Gráfico 19. Cuenta de Orotopía en Instagram



Fuente: Autoría propia.

Línea de tiempo para las publicaciones

Cada producto comunicacional cuenta con un espacio y lugar de publicación por ello la línea de tiempo ayuda a organizar y determinar los lapsos en los que se manejan los productos a difundir además de distribuirlos por las distintas plataformas y medios de comunicación.

Gráfico 20 : Línea de tiempo

Plataforma		15 de noviembre de 2020	17 de noviembre de 2020	18 de noviembre de 2020	19 de noviembre de 2020	20 de noviembre de 2020	23 de noviembre de 2020	24 de noviembre de 2020	25 de noviembre de 2020	26 de noviembre de 2020	27 de noviembre de 2020
Fotostrik	Fotos en 360	FOTO 1	Foto 2, FOTO LOGO	FOTO 3	FOTO 4	FOTO 5	Foto 6	FOTO 7	FOTO 8	FOTO 9	FOTO 10
	espacios audiovisuales	CIRA FERNÁNDEZ	FRASE VOLTAIRE 1, FOTO LOGO	CASA	FRASE VOLTAIRE 2	FOTO 12	VOLTAIRE		ALBERTO CHÁVEZ		
Facebook	Fotos	FOTO 11						FOTO 3	FOTO 14		FOTO 15
Instagram	Historias	FOTO LOGO					PREGUNTAS	PREGUNTAS		PREGUNTAS	INVITACIÓN A VER EL CORTO DOCUMENTAL
Instagram Reels	Intro del poema, invitar a escuchar el poema completo en spotify			INTRO 1,2	Intro 3,4	INTRO 5	INTRO 6	INTRO 7	INTRO DISCURSO	INTRO CANTO A MACHALA / SONETO A MACHALA	
YouTube	Corta Documental										CORTO DOCUMENTAL
Spotify	Fragmentos/Discursos			FRAGMENTO 1,2	Fragmento 3, 4	FRAGMENTO 5	FRAGMENTO 6	FRAGMENTO 7	DISCURSO	CANTO A MACHALA / SONETO A MACHALA	
Radio Casa de la Cultura Nucleo de El Oro	Invitación									ENTREVISTA/INVITACIÓN	
Diario Correo	Reportaje					Reportaje 1: "Luz Victoria" proyecto que rescata a un personaje emblemático de la provincia Reportaje 2: "Dolla lucilar el rescate de los machaleños"					
Piezas visuales	Infografía							INFÓGRAFIA 1			
	Flyer							FLYER DE ORO, LUZ ORENSE, LUZ VICTORIA			

Matriz: Autoría propia

3.5. Propuesta de evaluación y control de la intervención

Para la medición del impacto de los productos se utiliza herramientas que proporcionan las mismas plataformas digitales como son las redes sociales, Orotopía al ser una cuenta de organización, cuenta con el sistema de estadísticas que arroja resultados del alcance, impacto entre otros métricas que tienen las publicaciones, sin embargo *FanpageKarma* es un sistema de análisis donde se aplicará en las plataformas digitales de la cuenta de orotopía, teniendo en cuenta los tiempos establecidos de las publicaciones en las fechas del 16 hasta el 27 de noviembre.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

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

Luz Victoria un proyecto *crossmedia* se difundió por diferentes plataformas digitales mediante la cuenta oficial de Orotopía, incluyendo un medio de comunicación como fue la página oficial de la Casa de la Cultura Núcleo de El Oro, en el segmento de noticias, donde se realizó una invitación a seguir las cuentas que se manejó en la propuesta, además de publicar un reportaje en el medio impreso Diario Correo. la audiencia respondió favorablemente, en las plataformas, obteniendo en los días de publicaciones un notable incremento en audiencia, logrando que la unidad de análisis logre visualizar el contenido además de un público externo que pudieron ser parte de la historia Luz Victoria.

Los post en redes sociales iniciaron desde el 16 de noviembre hasta el 27 de noviembre, culminando con la publicación del corto documental en la plataforma Youtube y en Facebook, la medición de la plataforma se realizó un día después de hacer la última publicación del proyecto *crossmedia*.

Gráfico 21. Resultado de corto documental en Facebook



Fuente: Facebook

Gráfico 22. Rendimiento total del video en Facebook



Fuente: Facebook

La publicación del corto documental en Facebook donde se recopiló toda la información para contar la historia, tuvo una gran acogida, obteniendo 1,985 personas alcanzadas, 385 interacciones, 184 total de reacciones y 49 en contenido compartido, además de llegar al público orense con un 74% de personas de la provincia de El Oro que reprodujeron el corto documental.

Gráfico 23. Análisis de visualizaciones del Corto documental en YouTube



Fuente: YouTube

El corto documental de la plataforma de YouTube alcanza en 13 días de publicación un total de 158 vistas que supera lo habitual a otros videos publicados en la cuenta de Orotopía, representando un total de 5,3 de horas reproducidas, también se obtuvo un total de 4 personas suscritas al canal.

Gráfico 24. Post de imágenes en Facebook



Fuente: FanpageKarma

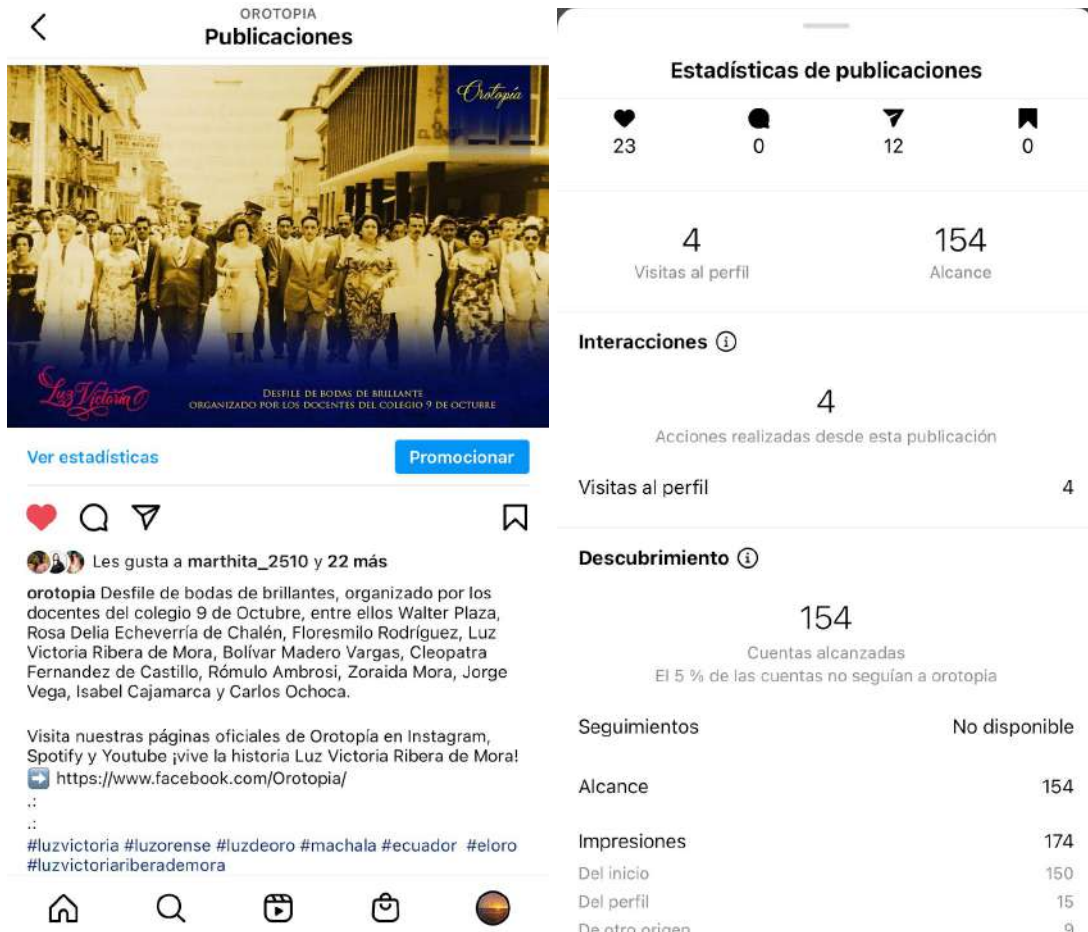
Gráfico 25. Imagen con mejor rendimiento



Fuente: Facebook

Los post de fotografías se visualizan de color azul ante los videos que se representan de color lila (gráfico 24) sin embargo no ha tenido la misma respuesta ni acogida que las microcápsulas, en tal caso la fotografía con mejor respuesta por el público es la imagen del salón de actos del Colegio 9 de Octubre donde Luz Victoria interpreta el tema Los Jilgueros (gráfico 25) obteniendo 418 personas alcanzadas, 15 reacciones entre ellas 6 me gusta, 5 me encanta y 4 veces compartida.

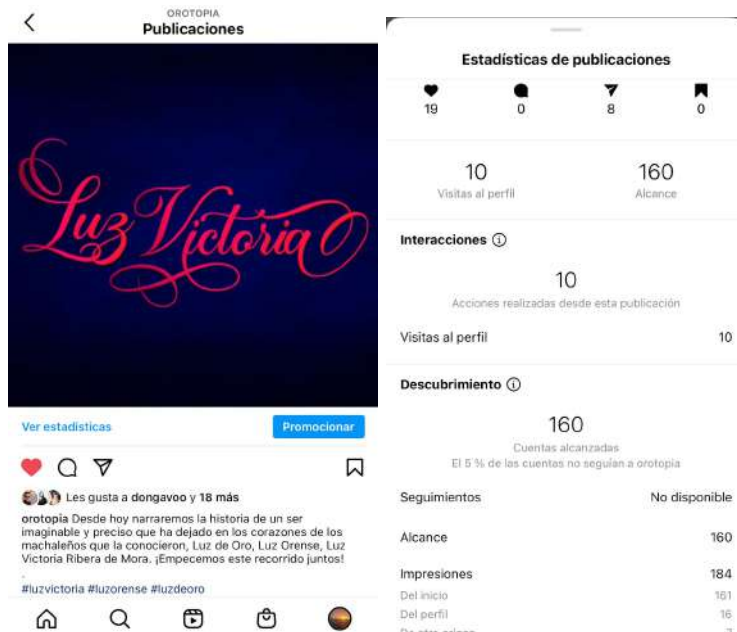
Gráfico 26. Análisis de imágenes en Instagram



Fuente: Instagram

Antes de poner la entrada nuestra estrategia fue captar la atención de la audiencia y que se preguntaran, ¿por qué Orotopía está publicando a Luz Victoria? Esto causa curiosidad y atención, así logramos obtener 23 me gusta y 12 comparticiones, 4 visitas al perfil con un 5% de alcance que representan a 154 personas.

Gráfico 27. Imagen del logo en Instagram



Fuente: Instagram

La entrada de las publicaciones fue el nombre de Luz Victoria Ribera de Mora, con un estilo rosado y morado, Se alcanzó un total de 19 interacciones y el logro de 8 participaciones, contando con un buen alcance de 160 favoreciendo a que la plataforma obtenga 184 impresiones de la audiencia por esta publicación.

Gráfico 28. Resultado de imagen en 360° en Facebook



Fuente: Facebook

La imagen en 360° tuvo un alcance de 91 personas y 4 interacciones, en comparación con las imágenes estáticas no obtuvo un alto índice de interactividad, sin embargo la misma fotografía en Instagram en un formato de carrusel tuvo una mejor aceptación logrando una cantidad de 26 me gusta con 8 comparticiones, se obtuvo un alcance de 212 personas que vienen a ser un 12%.

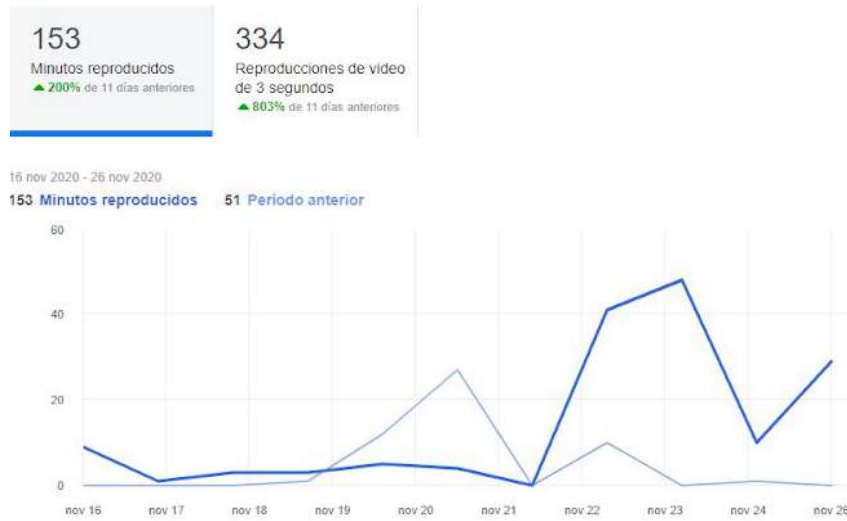
Gráfico 29. Carrusel de Fotografías en Instagram



Fuente: Instagram

La siguiente publicación se realizó para el reconocimiento de una de las primeras casas de la ciudad que fue la de Luz Victoria Ribera de Mora, se logró una cantidad de 26 me gusta con 8 comparticiones, se obtuvo un alcance de 212 personas que vienen a ser un 12%, así mismo en facebook esta misma publicación se realizó en una temática 360° que tuvo un alcance de 91 personas y 4 interacciones.

Gráfico 30. Resultados Microcápsulas



Fuente: Facebook

Gráfico 31. Microcápsula con mejor rendimiento



Fuente: Facebook

Entre las microcápsulas que más reacciones tuvo fue Luz Victoria, donde Voltaire Medina cuenta parte de la historia de Luz Victoria como poeta, la cual obtuvo un total de 587 personas alcanzadas, 23 reacciones y 12 en contenido compartido; en un análisis general de todas las microcápsulas que fueron publicadas, obtuvieron 153 minutos de reproducción representado un 200% en comparación a la semana anterior a las publicaciones.

Gráfico 32. Reproducciones de podcast en SoundCloud



Fuente: SoundCloud

La actividad en la cuenta de Orotopía en SoundCloud se prolongó en diferentes momentos, obteniendo más reproducciones el fragmento 7 del poema al Canto Naval de Jambelí, con un total de 25 reproducciones de los productos lanzados en el tiempo establecido y 7 me encanta.

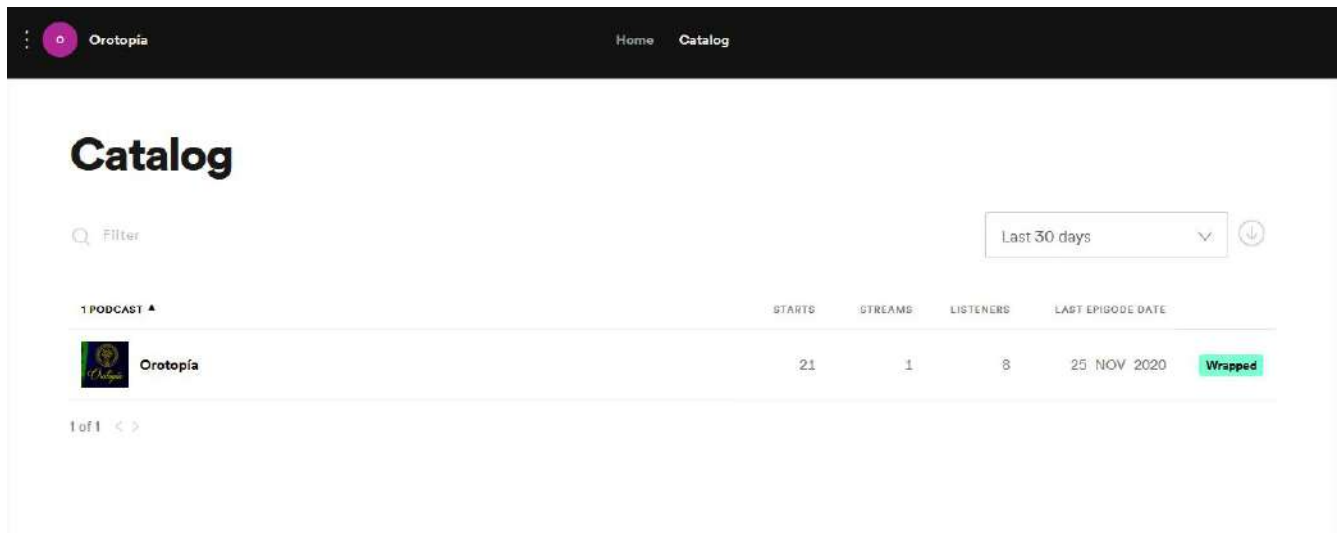
Gráfico 33. Análisis de Spotify



Fuente: Podcasters

La plataforma de Spotify ha sido observada como se esperaba puesto que su audiencia fue participe y se amplió en audiencia durante la semana de publicación un total de 4 seguidores nuevos. Esto favorece a que la historia de Luz victoria sea escuchada por más personas.

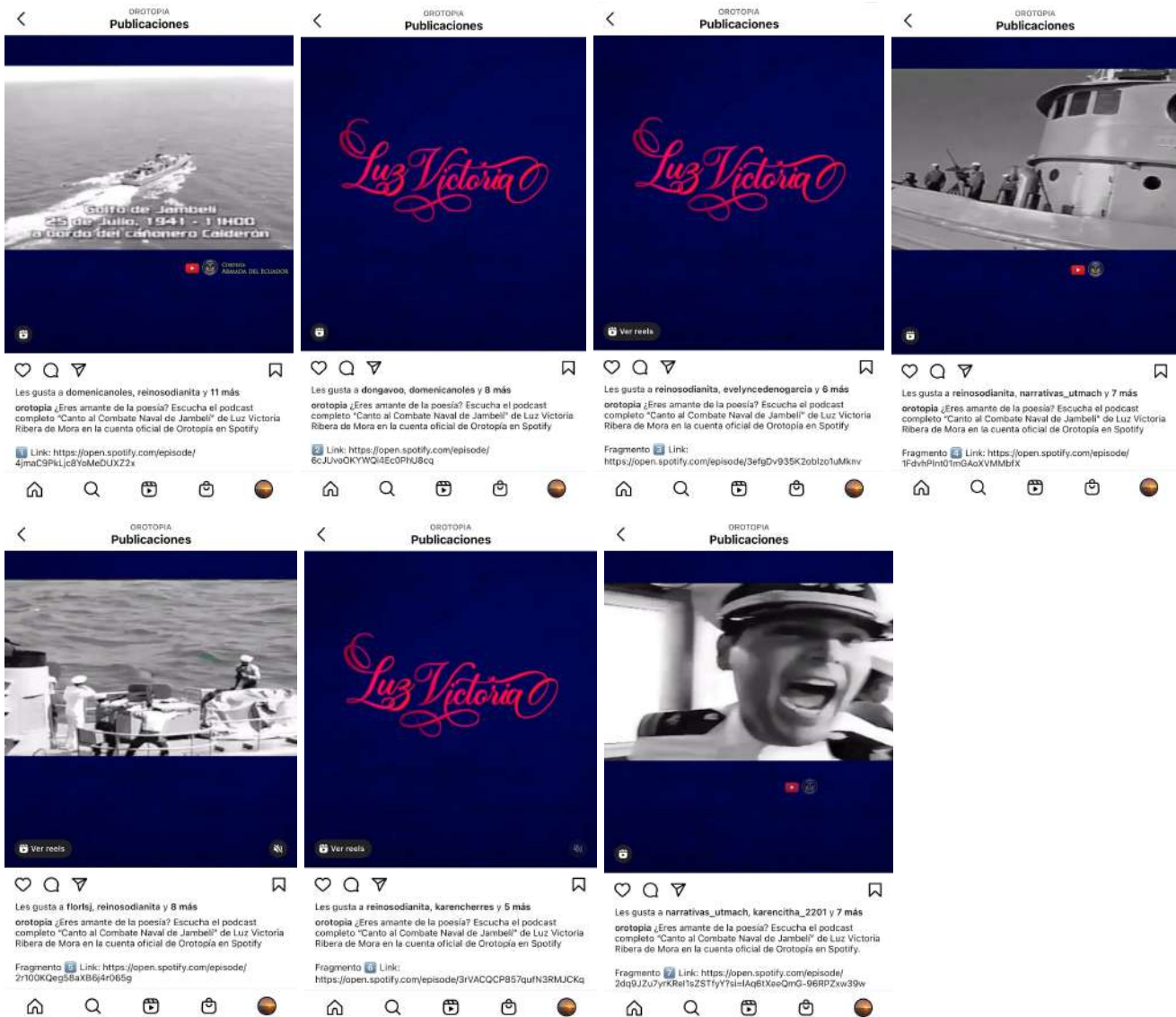
Gráfico 34. Análisis de reproducciones en spotify



Fuente: Podcasters

La siguiente imagen con resultados de la media de podcast que han obtenido reproducciones, en un total de 21 starts, 1 streams y 8 listeners. Transformando de Orotopía en Spotify, un honor favorable para conocer más del personaje del que se habla.

Gráfico 35. Reels de fragmentos

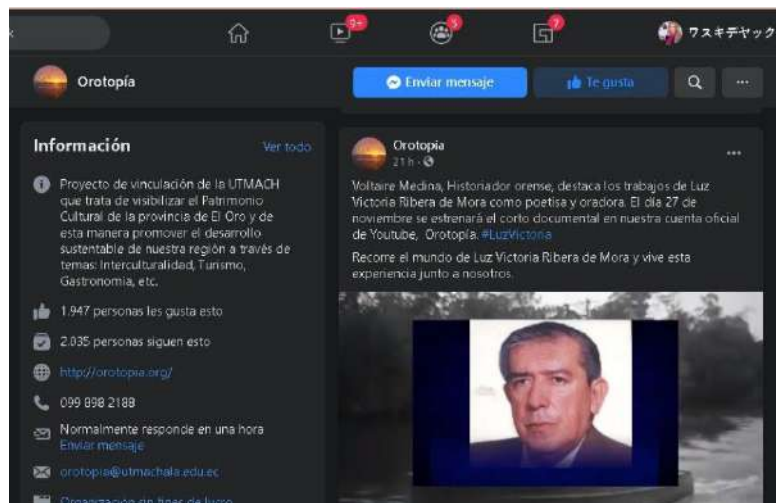
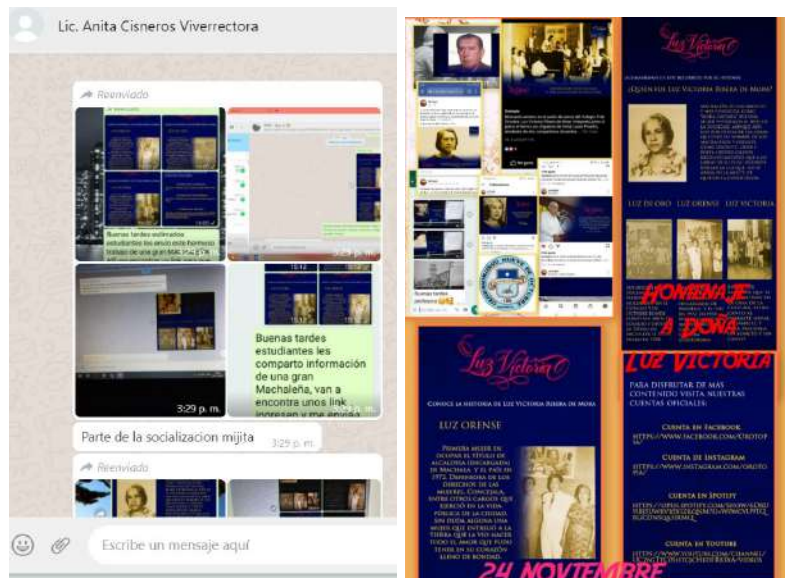


Fuente: Instagram

Como el Canto al Combate Naval de Jambelí escrito por Luz Victoria Ribera de Mora, se guardó voz en off lo primero que se pensó como estrategia, realizar divisiones entre el poema y luego grabarlo para

poder publicarlo en Instagram como *Reels*, invitando a la audiencia a escuchar los poemas en la plataforma de Spotify. Cada *Reels* contenía un fragmento del canto y este tenía una duración de 15 segundos. En la descripción está el número de fragmento y el link para que la audiencia de Instagram pueda ingresar a cuenta de spotify.

Gráfico 36. Socialización infografías



Fuente: Capturas de Whatsapp

Se obtuvo una respuesta por parte de los estudiantes en cuanto al material que se les impartió, donde además ingresaron mediante los links que contenían las infografías a los productos difundidos por redes sociales.

Gráfico 37. Socialización de los *flyers* con los estudiantes y padres de familia



Fuente: Capturas de Whatsapp

Mediante los Flyer se pudo contar pequeños fragmentos de la historia en los tres elementos que la componen, además de adjuntar los links para que puedan acceder a los demás productos, los flyers también fueron difundidos en el grupo de Whatsapp de los padres de Familia de los estudiantes de décimo curso del Colegio 9 de Octubre.

Gráfico 38. Reportaje en Diario Correo

The image shows a digital screenshot of a newspaper article from 'Diario Correo'. The article is titled 'Doña Luchita', el recuerdo de los machaleños' and 'Luz Victoria' proyecto que conmemora a un personaje emblemático de la provincia'. The text discusses the life and legacy of Luz Victoria Ribera de Moya, a prominent figure in the province of Bolívar. It mentions her role in the 'Luz Victoria' project, which aims to honor her memory through various initiatives. The article includes several photographs of Luz Victoria and other individuals involved in the project. The layout is typical of a newspaper, with a main headline, sub-headline, and multiple columns of text interspersed with images.

Fuente: Diario Correo

El reportaje fue publicado el día 20 de noviembre en formato impreso y digital del Diario Correo.

Gráfico 39. Evolución de seguidores en Facebook



Fuente: FanpageKarma

Se evidenció un notable crecimiento de seguidores en las dos semanas de publicaciones, alcanzando un total de 2,074 seguidores, habiendo aumentado en 201 seguidores nuevos a la página en las semanas de publicación, obteniendo actualmente un total de 1,996 me gustas en la cuenta oficial Orotopía.

Gráfico 40. Indicadores de contenidos en Instagram



Fuente: FanpageKarma

El perfil de Instagram fue una demostración de audiencia inactiva, en el que al momento de empezar las publicaciones de apertura sobre Luz Victoria Ribera de Mora, se divisó el compromiso y entusiasmo por ver nuevas fotos en la página de Orotopía. En esta imagen tenemos un crecimiento de

13 seguidores es decir 2.2%, con un alcance de 596, siendo positivo porque las publicaciones emitidas eran en un 0,8 por día, llegando a 2,6% interacciones con las mismas publicaciones, que estos podrían ser imágenes, carretes, historias y Reels.

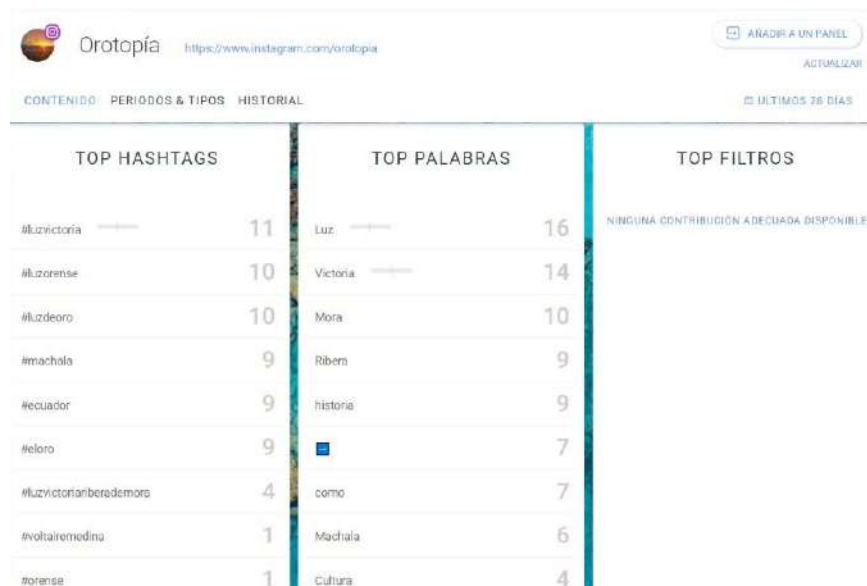
Gráfico 41. Contenido con más relevancia en Instagram



Fuente: Fanpage Karma

En la siguiente imagen se puede divisar el contenido total de acciones, comentarios y compartidos, por lo que desde el primer día de publicación un 17 de noviembre hasta el 27 del mismo mes, el seguimiento fue dio el resultado de que si hubo interacciones desde la primera publicación, a medida que va a avanzando existe una caída de interacción con el público pero este puede que se deba a los Reels muy seguidos, sin embargo las preguntas que se realizaron, junto con la invitación dieron resultados porque a} la audiencia compartió la historia en sus perfiles.

Gráfico 42. Análisis de resultados de Hashtags, palabras y filtros de Instagram.



Fuente: Fanpage Karma

En esta imagen están los resultados de las veces en que fueron escritos los hashtag utilizados para este perfil y que fueron emitidos en las diferentes publicaciones, #LuzVictoria alcanza el punto más alto con 11 veces escritas, luego #LuzDeOro y #LuzOrense con 10 veces escritas, siguiendo con la localización territorial donde se utilizaron los hashtag #Machala, #ElOro, #Ecuador con 9 repeticiones de publicación y #LuzVictoriaRiberaDeMora que también alcanzó por las publicaciones realizadas con frases del mismo personaje 4 veces emitida.

Gráfico 43. Análisis de historias

Encuesta 1



Fuente: Instagram

La siguiente imagen es una historia con encuesta de Instagram que se realizó para comprobar si la audiencia interactúa respondiendo las preguntas, tal señala que un 33% conocía la labor de Alcaldesa que tuvo Luz Victoria Ribera de Mora.

Gráfico 44. Encuesta 2



Fuente: Instagram

Con la segunda historia se comprobó que en un 29% ya tenían conocimiento de que en honor a Luz Victoria pusieron su nombre al Centro de Arte.

Gráfico 45. Historia de Preguntas



Fuente: Instagram

Las siguientes imágenes, fueron historias de Instagram, publicadas con el fin de comprobar si la audiencia estaba recibiendo la información a través de las publicaciones y los reels.

Gráfico 46. Análisis de videos en el canal de YouTube

The screenshot shows the YouTube Analytics interface for the channel 'Luz Victoria Ribera de Mora'. The 'Fuente de tráfico' (Traffic Source) tab is selected, displaying a table with the following data:

Fuente de tráfico	Visualizaciones	Tiempo de visualización (horas)	Duración media de las visualizaciones	Impresiones	Porcentaje de clics de las impresiones
Total	158	5,3	2:00	83	32,5 %
Fuentes externas	105	3,5	2:00	—	—
Búsqueda de YouTube	22	1,2	3:12	44	47,7 %
Directo o desconocida	21	0,1	0:24	—	—
Páginas de canal	5	0,2	2:07	9	55,6 %
Notificaciones	2	0,3	8:10	—	—
Página de lista de reproducción	2	0,0	0:01	8	0 %
Funciones de exploración	1	0,0	0:29	19	5,3 %
Videos sugeridos	—	—	—	1	0 %
Listas de reproducción	—	—	—	2	0 %

Fuente: YouTube

En la siguiente imagen se puede percibir que el Corto documental de Luz Victoria está en la punta de reproducciones con una duración media de 2 minutos y 83 impresiones, se define también que existe un total de 32,5 porcentajes de clics de las impresiones.

Gráfico 47. Invitación en la página de Casa de la Cultura Núcleo de El Oro



Fuente: Facebook

Se llevó a cabo en el segmento noticiero de la Casa de la Cultura Núcleo de El Oro, una entrevista donde contamos la experiencia en el desarrollo del tema de investigación, se aprovechó también el espacio para hacer una invitación a la Casa de la Cultura y al público en general a seguir las cuentas de Orotopía y a que sean partícipes de la historia de Luz Victoria.

Resultado de encuestas a estudiantes

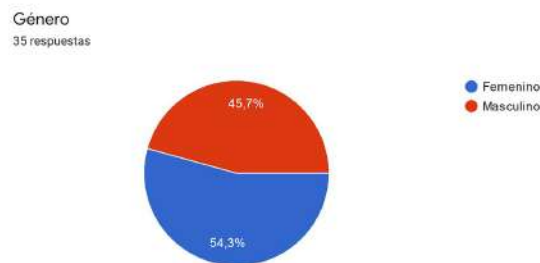


Figura 2. Género de los estudiantes encuestados.

Se considera desde el siguiente gráfico cierto rango de diferencia de géneros entre los encuestados, quedando claro que la mayoría son mujeres, con una diferencia aproximada de 10%.

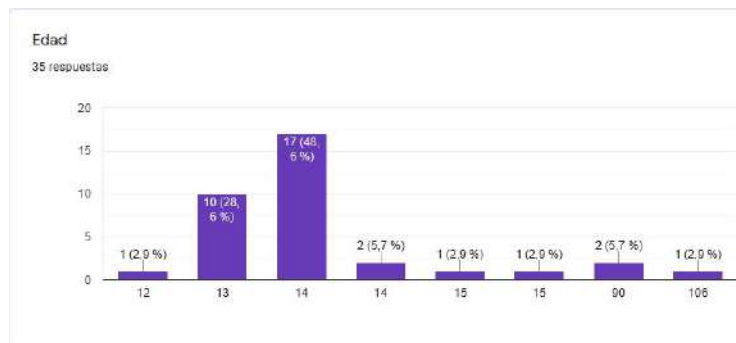


Figura 3. Edades de los estudiantes encuestados

Los cálculos de las edades de estos alumnos nos dan indicaciones para evaluar que están entre un rango de 13 y 14 años de edad sin clasificar el género. Ya son adolescentes que manipulan constantemente las redes sociales y todos los medios de comunicación.

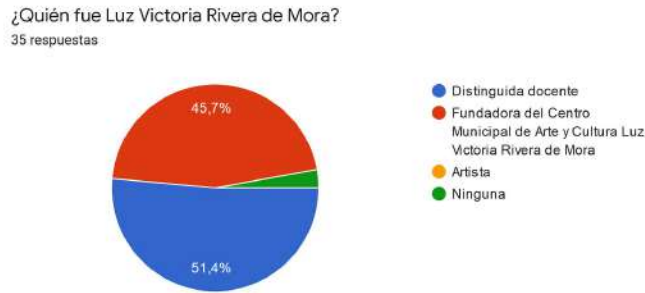


Figura 4. Reconocimiento del personaje

Para la mayoría de los estudiantes, Luz Victoria Ribera de Mora fue una distinguida docente en su transcurso de vida por cómo la conocieron o han escuchado hablar de ella, mientras que consecutivamente para otro grupo de estudiantes fue fundadora del Centro Municipal de Arte y Cultura Luz Victoria Ribera de Mora.



Figura 5. Reconocimiento de la historia del personaje

Es variado los conocimientos sobre Luz Victoria Ribera de Mora, por lo que según los estudiantes en las estadísticas resaltan que más de la mitad no tienen un conocimiento específico respecto a la identidad de la misma, mientras que el porcentaje restante si tienen conocimiento pero no a fondo.

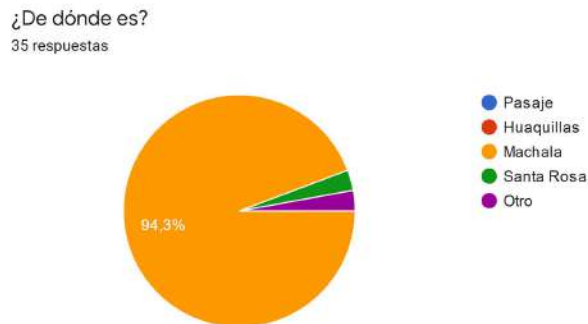


Figura 6. Pertenencia del personaje

Tal parece en las estadísticas, que Luz Victoria fue una distinguida profesora machaleña y entregó cada triunfo de su vida a esta ciudad. Sin embargo, son pocos los que comentaron que era de Santa Rosa entre otros.

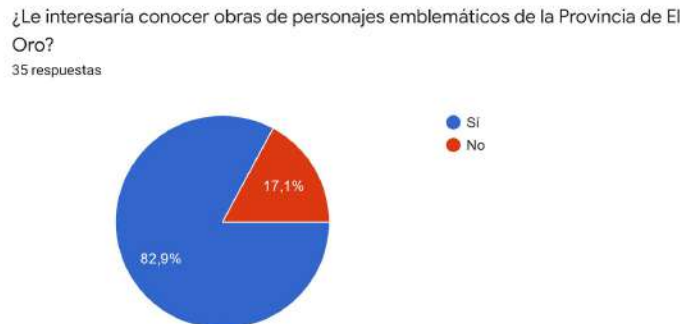


Figura 7. Interés de los estudiantes

Es muy grato saber que a los estudiantes del colegio en el que Luz Victoria fue directora les interese saber de ella y de las obras que este personaje realizó en vida contando con un 82,9% de aceptación y con el restante que quizá por alguna razón o cultura no tengan cierto interés.

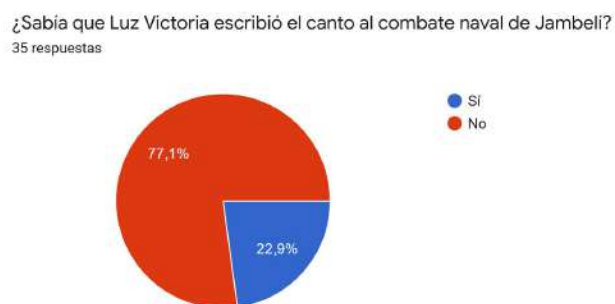


Figura 8. Reconocimiento del personaje y su labor

Siendo una mujer poeta de la provincia de El Oro, Luz Victoria no ha resaltado en la historia como tal, pues el 77,1% de los estudiantes encuestados no conocían esa maravillosa faceta de escritora.

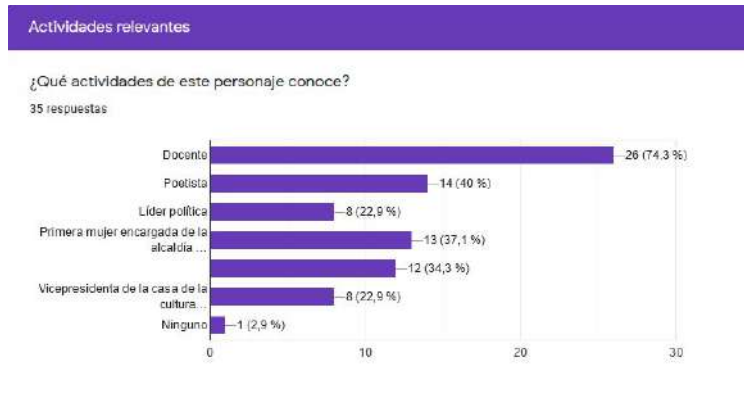


Figura 9. Actividades del personaje

Las actividades que los encuestados más conocen o recuerdan es la docencia, por lo que Luz Victoria fue profesora del colegio donde esta encuesta ha sido realizada. También está la alternativa de Poetiza y la primera mujer encargada de la alcaldía de la ciudad de Machala.



Figura 10. Actividades identificadas

Existe una gran variedad de actividades que realizó Luz Victoria, entre ellos los encuestados resaltaron conocerla más por ser profesora, secundando por ser defensora de los derechos de las mujeres y algunos por poeta, resaltando que ninguno tiene razón sobre su labor como líder política.

¿Por qué el Centro Municipal de Arte Luz Victoria Ribera de Mora lleva su nombre?

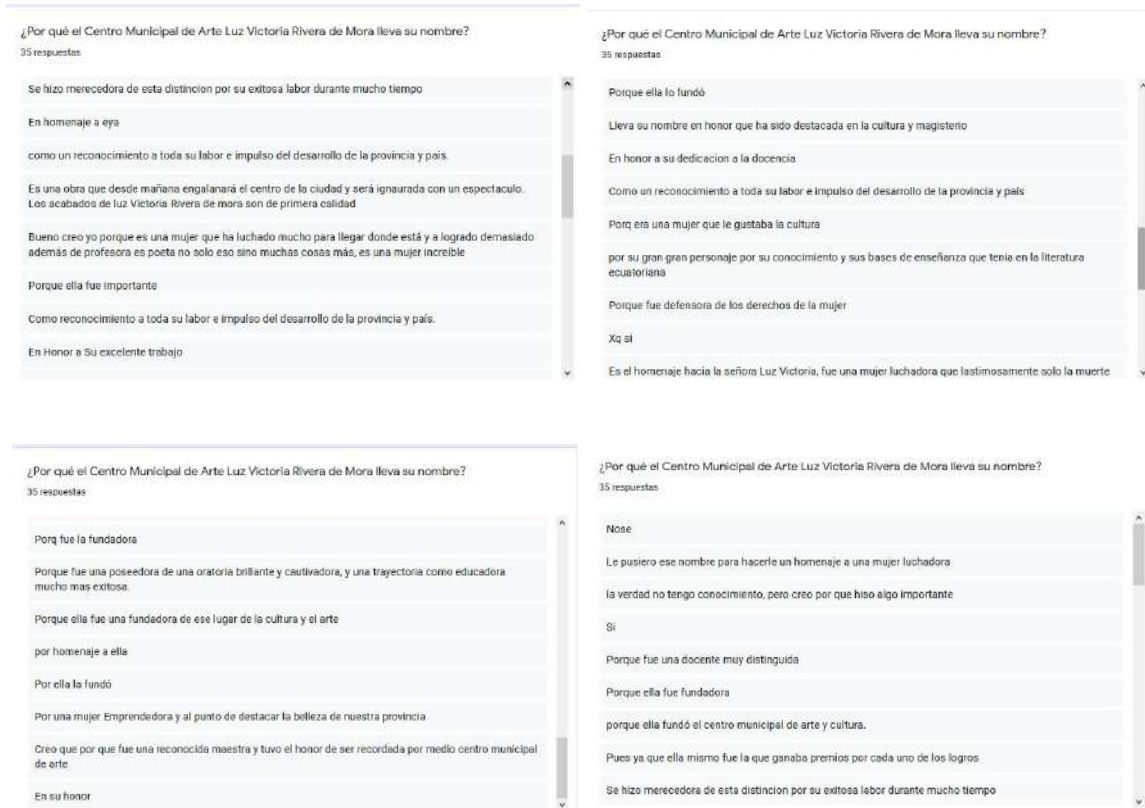


Figura 11. Seguimiento histórico.

Fueron varias las razones comentadas por los alumnos que algunas entre ellas resaltan como lo es “Lo hicieron en homenaje por ser una mujer luchadora” o “Porque fue una mujer muy distinguida”, también “Por impulsar el desarrollo de la ciudad y de la provincia”, algunos incluso, señalan que ella fundó el centro de arte y cultura, entre otros comentarios como, “que fue merecedora de esta distinción, por su labor durante mucho tiempo”.

¿Qué tipo de contenido consume más en las plataformas digitales?
35 respuestas

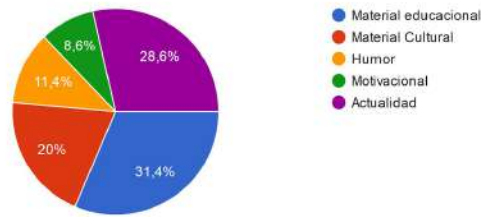


Figura 12. Medios digitales más usados

El contenido más consumido en las plataformas digitales durante este segundo periodo 2020 es el material educativo debido a que las clases por pandemia son virtuales, seguido a que el material de actualidad. Sin embargo, no se queda muy atrás el material cultural, humorístico y motivacional con un porcentaje muy bajo entre lo más consumido.

¿Qué plataformas digitales utiliza sobre temas culturales?
35 respuestas

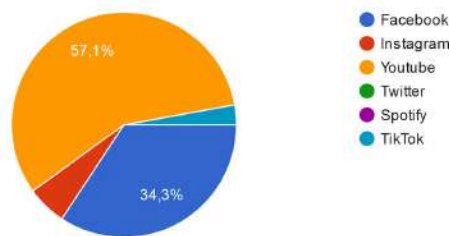


Figura 13. Razón de uso de las plataformas digitales

Las plataformas digitales que más utilizan y encuentran contenidos culturales según las encuestas realizadas indican que YouTube es donde más se percibe, también en facebook secundando, mientras

que otras redes como twitter, Instagram, spotify y tiktok, ocupan los porcentajes más bajos en contenidos culturales.

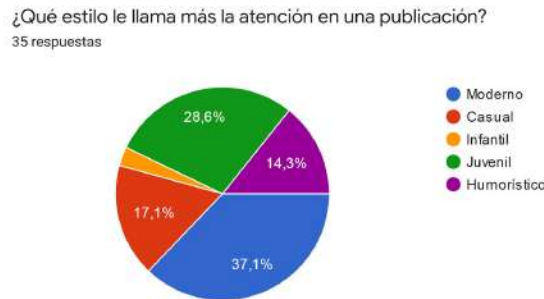


Figura 14. Estilos de publicaciones agradables para estudiantes

El estilo de una presentación de identidad lleva mucho a que a la audiencia le resulte interesante a primera vista, el estilo juvenil ha resultado ser favorito entre los demás, sin quedarse atrás el estilo casual. Entre humorístico y casual están los últimos porcentajes.



Figura 15. Roles que más agrada conocer a los estudiantes

El rol por el que más resulta de interés social sobre el personaje es el de Docente, esto indica también que es por la misma razón que es más conocida entre varios. Secundando el rol de

En la actualidad con solo dar un clic se puede compartir algún programa que estemos viendo, es por esa razón que a los encuestados si les gustaría interactuar con material cultural en las plataformas que utilizan, así mismo entrelazar la misma información con otras plataformas.

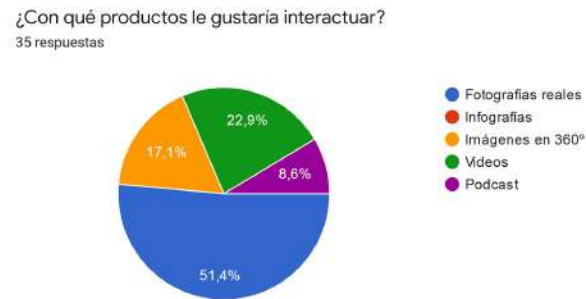


Figura 18. Tipo de producto

A la audiencia en las diferentes plataformas les resulta interesante interactuar con fotografías reales, algo que les demuestre y los haga sentir en el momento capturado de esa imagen, por esta razón secundando el interés social, los videos son también parte la interacción de una audiencia específica dependiendo los gustos, también se considera que fueron pocos los interesados en las imágenes en 360° y los podcast.



Figura 19. Identificación de identidad.

La identidad cultural es lo que nos clasifica a cada persona y nos hace diferentes a otras, puesto esto es que a un 40% de los encuestados les interesa las expresiones orales, como lo son los cuentos, leyendas, mitos, poemas, entre otros que sean narrados. Los actos festivos y las artesanías quedan como un segundo plano para identificar a un personaje, es decir que las cosas que marcaron en la vida son las que cuentan más.

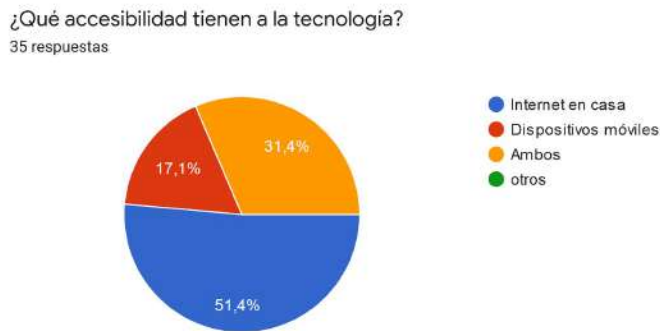


Figura 20. Accesibilidad tecnológica.

Actualmente son más las familias que cuentan con internet en casa, sin embargo hay otras familias que solo cuentan con accesibilidad tecnológica por dispositivos móviles, así mismo se considera que son escasas las familias que cuentan con ambos beneficios a la mano y a cualquier hora.

¿Se siente identificado con algún personaje emblemático de El Oro? ¿Por qué?

¿Se siente identificado con algún personaje emblemático de El Oro? ¿Por qué?
25 respuestas

no me siento identificado con ningún personaje emblemático de El Oro.
La verdad no
La verdad jamás e pensado en eso pero yo creo que no por qué no conosco mucho sobre los personajes pero trataré de investigar sobre los personajes k más me interesan
Si, por su anhelo de que nuestro país sea cada vez mejor.
Porque soy del oro
Si porque me gusta el arte y cultura
La educacion en valores es lo mas importante
No me identifíco con ninguno
Ismael Pérez Pazmaño porque fue muy reconocido

¿Se siente identificado con algún personaje emblemático de El Oro? ¿Por qué?
35 respuestas

Porque soy del oro
Si porque me gusta el arte y cultura
La educacion en valores es lo mas importante
No me identifíco con ninguno
Ismael Pérez Pazmaño porque fue muy reconocido
NO
Si por q son personas q dejaron una huella en nuestras vidas
No sabría decir una respuesta
Por su valor

¿Se siente identificado con algún personaje emblemático de El Oro? ¿Por qué?
35 respuestas

No
no.
Para saber mas
Si
No
la verdad que no me siento identificado con ningún personaje
Nose
No, no conozco muchos personajes de el oro
bolivar Madero Vargas porque es un ejemplo a seguir

Figura 21. Identificación de personajes

Es asombroso cómo los alumnos, en realidad, no tienen razón alguna sobre los personajes emblemáticos de la provincia en general, puesto que la historia no ha sido plasmada en ellos desde la raíz de sus estudios, y si en algún momento fue hablado este tema, no hubo ninguna razón de interés. Esto conlleva a que los productos comunicacionales de este proyecto causen concientización e interés a las personas alcanzadas con cada publicación.

¿Cómo le gustaría que le relaten una historia?
35 respuestas

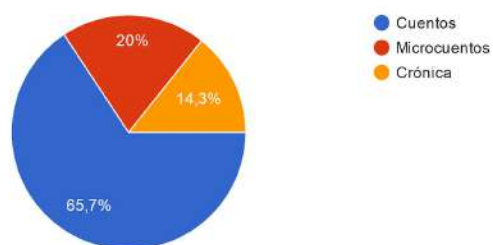


Figura 22. Narración de una historia.

Es agradable saber que a un 65,7% les interesa que le relaten una historia con cuentos, sea este porque les causa interés al saber datos que no han vivido y al escucharlos imaginen sentir esas emociones del cuento. Las crónicas y micro cuentos podemos considerarlo en este proyecto como segundo plano para este tipo de relatos.

¿Qué características debería tener la historia para que sea de su agrado?



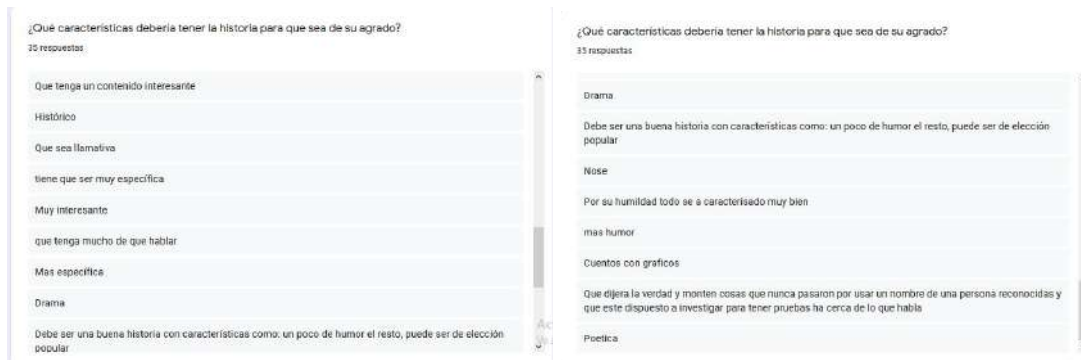


Figura 23. Características de una narración

“Que durante y al final de la historia nos den consejos y enseñanzas de vida”, “Que dijera la verdad y monten cosas que nunca pasaron por usar un nombre de una persona reconocida y que esté dispuesto a investigar para tener pruebas acerca de lo que habla”, “Que sea interesante”. Es grandioso recibir estos comentarios, por lo que son varias las características que indicaron y solo las que tenían más relevancia están resaltadas. Se pretende que los productos, la información y todos los poemas de Luz Victoria Ribera de Mora sean vistos y reconocidos por estudiantes del colegio seleccionado y por los machaleños.

¿Qué vínculos emocionales se generan en usted al momento de ver una propuesta cultural?
35 respuestas

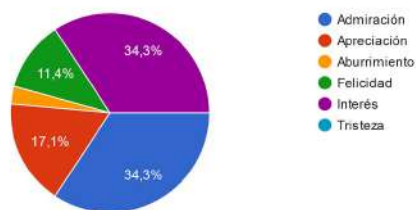


Figura 24. Vínculos emocionales

Es interesante observar que a los jóvenes les llama la atención las emociones fuertes, como lo son Admiración y tristeza que representan el sentido más consciente de la historia y de cómo Luz Victoria

siendo una mujer con historia no ha sido recordada como tal. Luego como segundas emociones que valoran los encuestados está la apreciación y felicidad, claro está que a nadie le interesa algo sentido aburrido.

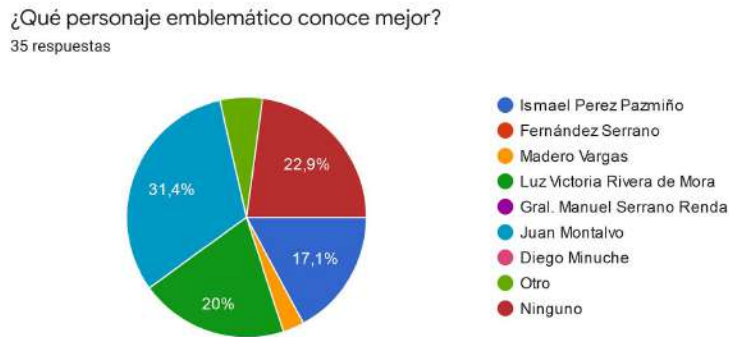
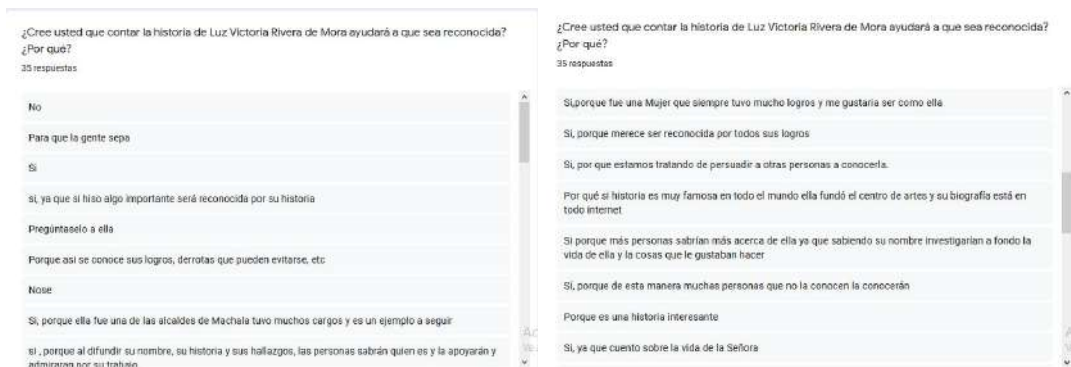


Figura 25. Personajes reconocidos

Los personajes emblemáticos que más reconocen los jóvenes es a Juan Montalvo, secundando que una cuarta parte de los encuestados si tienen a Luz Victoria Ribera de Mora como un personaje emblemático en la provincia de El Oro.

¿Cree usted que contar la historia de Luz Victoria Ribera de Mora ayudará a que sea reconocida? ¿Por qué?



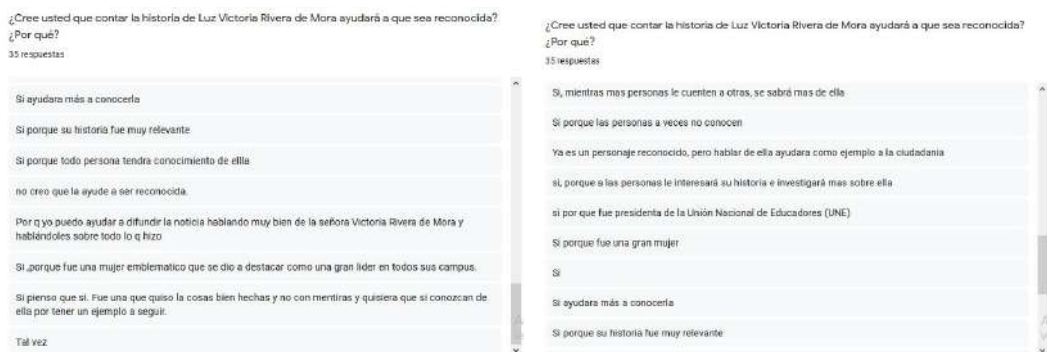


Figura 26. Reconocimiento histórico

Existieron diferentes opiniones, entre ellas se resalta positivas y negativas para observar el grado equitativos de esta respuesta como: “Si, porque ella fue una de las alcaldes de Machala tuvo muchos cargos y es un ejemplo a seguir”, “Si, por que estamos tratando de persuadir a otras personas a conocerla”, “Si ,porque fue una mujer emblemática que se dio a destacar como una gran líder en todos sus campus”, resaltando los comentarios positivos, el objetivo del proyecto fortalecerá y difundirá los contenidos por todos los medios a los que se pueda llegar ya que esto promueve el interés social y cultural. Entre los comentarios negativos está que no tienen idea alguna para la pregunta realizada.

¿Presentar la misma historia en diferentes formatos ayuda a la transmisión de la información?

¿Por qué?

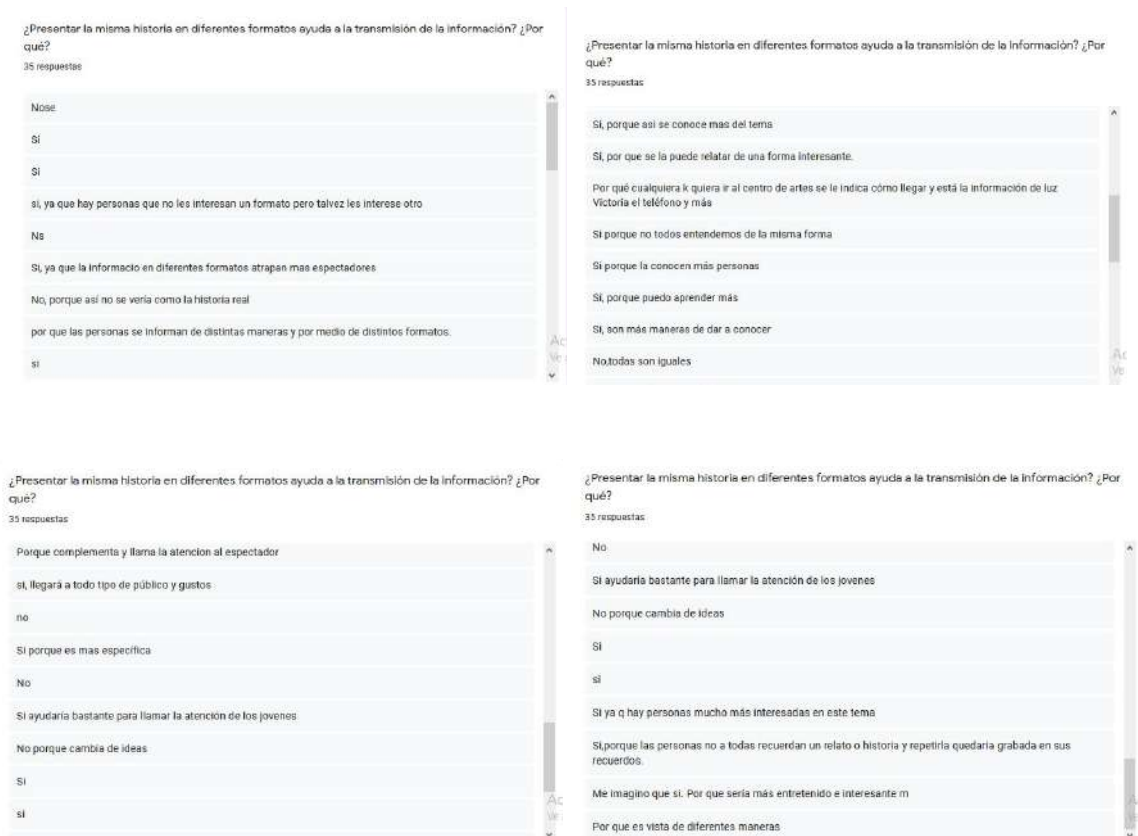


Figura 27. Aplicación de formatos

“Si, ya que la información en diferentes formatos atrapan más espectadores”, un excelente comentario fue resaltado por su calidad y aceptación. Existen diferentes formatos y esa es la idea principal del por qué utilizamos la herramienta de *crossmedia* para que la historia de Luz Victoria Ribera de Mora sea escuchada, leída o vista en los diferentes medios de comunicación.

¿Qué parte de la historia de Luz Victoria le gustaría que le relaten?
35 respuestas

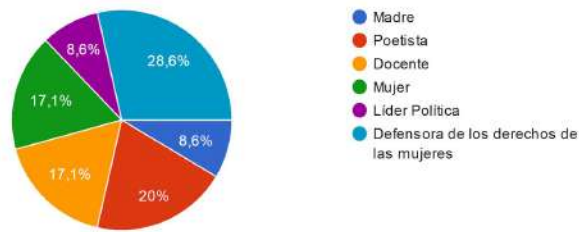


Figura 28. Interés histórico

Es agradable como los derechos de la mujer son realmente considerados importantes para el público encuestado y el sentido poético que mantiene Lux Victoria en su trayectoria, por lo que estas dos opciones son las que más relevancia tienen, mientras que su faceta docente y de mujer se considera en segundo lugar, podría deberse a que ya tienen conocimiento sobre este tema en el personaje.

¿Quién le gustaría que le relate la historia?
35 respuestas

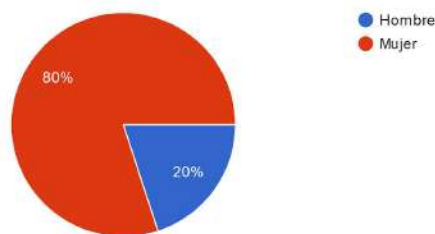


Figura 29. Interés narrativo

Es agradable y factible que el relato de una historia de género femenino, sea por la voz de una mujer, permitiendo que resulte acogedor y rememorativo.

¿Cómo le gustaría que le relate la historia?

35 respuestas

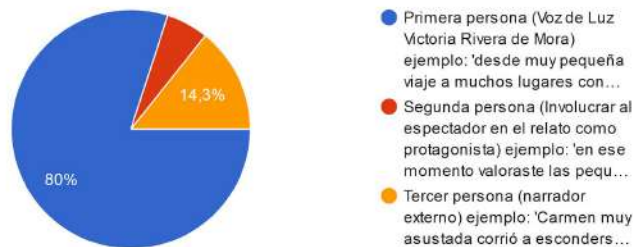


Figura 30. Estilo de narrativa

En primera persona es como a un 80% de los encuestados les gusta escuchar que le relaten una historia, ya que este logra alcanzar más sentimientos y emociones junto con imaginación y vivir la historia.

¿Qué tono le gustaría que le cuenten?

35 respuestas

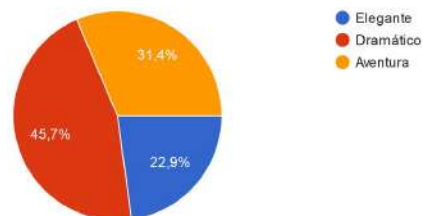


Figura 31. Modalidades de narrativa

El tono agradable para los encuestados resulta ser dramático por lo que impulsa a que las emociones y cada suceso de la historia se sienta real. Luego aventurero y elegante quedan en segundo lugar.

Resultado de la encuesta a los profesores del Colegio 9 de Octubre

Así mismo para efectuar las encuestas y aplicarlas, se desarrolló un banco de preguntas en las que el público encuestado son 7 docentes del colegio 9 de Octubre, en donde Luz Victoria Ribera de Mora fue maestra y pasó a ser rectora de la misma institución.

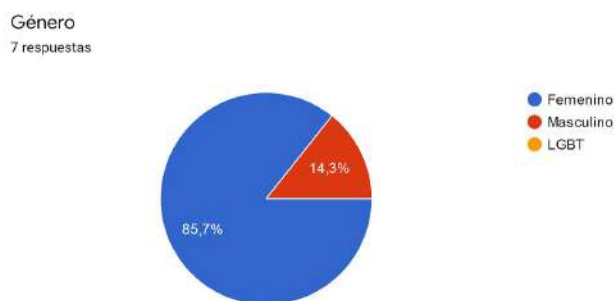


Figura 32. Género de los encuestados

Se considera que la mayor parte de docentes encuestados son mujeres, esto conlleva a que la mujer toma más pertinencia en esta encuesta.

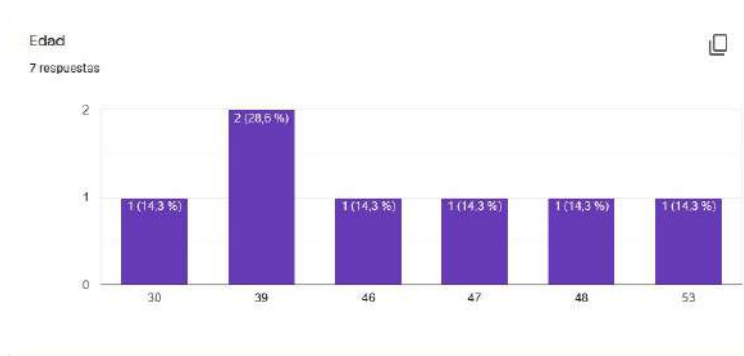


Figura 33. Rango de edades de los encuestados

Las edades varían entre los docentes de la institución, esto es favorable porque se conocerán respuestas de diversas generaciones.

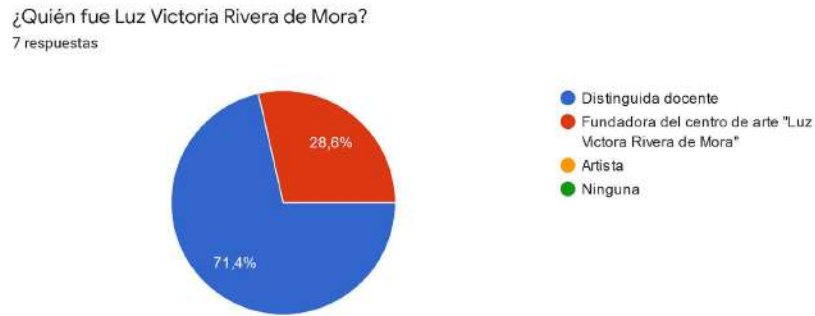


Figura 34. Identificación del personaje

Para los maestros de la institución, Luz Victoria Ribera de Mora fue una distinguida docente de los planteles educativos en los que estuvo realizando su labor, sin embargo, existen algunos profesores que conocen la faceta luchadora como la hizo ser en la fundación del centro de arte “Luz Victoria Ribera de Mora”.

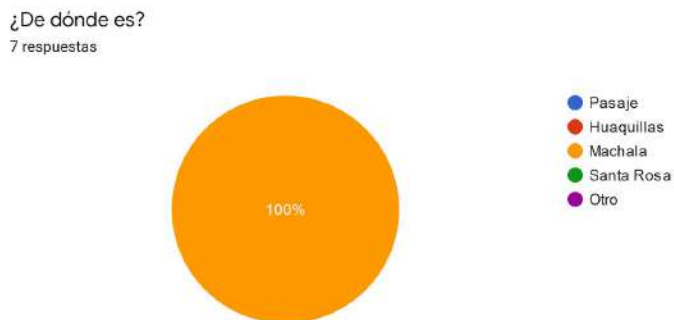


Figura 35. Lugar donde vivió el personaje

Netamente y sin dudas, los profesores del colegio, indicaron que Luz Victoria Ribera de Mora fue machaleña.

¿Cómo docente dan a conocer a los estudiantes los acontecimientos importantes de Luz Victoria Ribera de Mora como personaje emblemático de El Oro?
7 respuestas

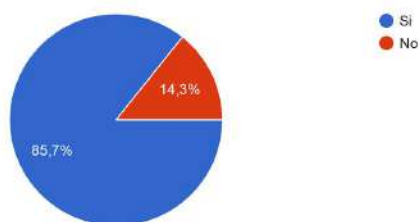


Figura 36. Proyección de datos a los estudiantes

Los indicadores señalan que la mayoría si plantean las datos históricos de Luz Victoria Ribera de Mora a los alumnos.

¿Sabía que Luz Victoria escribió el canto al combate naval de jambeli?
7 respuestas

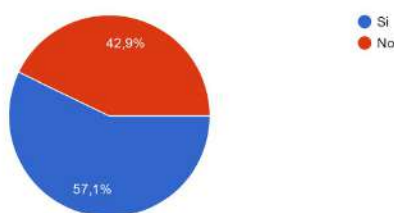


Figura 37. Reconocimiento de la faceta poeta.

No todas las personas se interesan por las raíces de su historia, en estos casos mucho por la labor de docentes antiguas, vale recalcar que no fue cualquier docente y que su distinción como poeta fue la más acaudalada debido al discurso proclamado.



Figura 38. Actividades desempeñadas por el personaje

Como docente fue más conocida, debido a su lucha por los derechos a la educación, y ablaciones por su faceta poetisa.

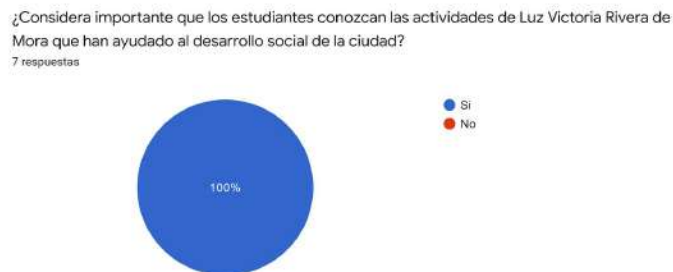


Figura 39. Desarrollo social de la ciudad de Machala

Se resuelve que a todos los encuestados les importe la educación histórica para poderla presentar por medio de actividades para el desarrollo social de la ciudad de Machala.

¿En qué plataforma le gustaría que los estudiante visualicen contenido sobre Luz Victoria Rivera de Mora?
7 respuestas

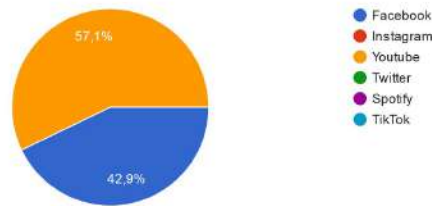


Figura 40. Plataformas que más agradan

Cómo a pesar de la situación de educación virtual en la que nos encontramos aún hay algo de prevención de las redes sociales para los jóvenes estudiantes, los docentes nos indican que la mayoría debería ser publicada en Youtube y Facebook.

¿Utilizaría productos audiovisuales como herramienta para fortalecer la identidad cultural de los estudiantes?
7 respuestas

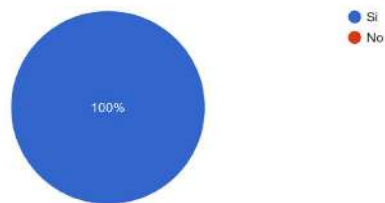


Figura 41. Productos audiovisuales

Claro que es lo mas conveniente, presentar productos audiovisuales en tiempos de pandemia, instruye mucho a los chicos porque pueden ver y escuchar el producto las veces que ellos quieran para poder comprenderlo.

¿Conoce alguna parte de la historia de Luz Victoria Rivera de Mora? ¿Cuál parte?

7 respuestas

No
Formó parte para la creación de la Universidad Técnica de Machala
Como docente
Su pasión por la Literatura
Fundadora del Colegio de señoritas Machala
Destacada docente Machaleña

Figura 42. Historia de Luz Victoria Ribera de Mora

Son pocos los que no conocen de este personaje, sin embargo algunos han conocido facetas de lo que ella fue, como formar parte para la creación de la Universidad Técnica de Machala, docente y su pasión literaria, fundadora del colegio de Señoritas Machala.

¿Cómo docente se siente identificado con la historia de Luz Victoria Rivera de Mora?

7 respuestas

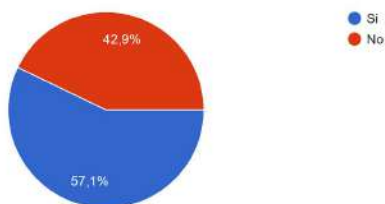


Figura 43. Identificación de docencia

Los docentes actuales si se sienten identificados una parte con la maestra Luz Victoria Ribera de Mora esto se debe a que han laborado en el mismo colegio, por otro lado algunos no se sienten identificados por razones ajenas.

¿Cuál considera que sea la forma correcta de relatar una historia a los estudiantes?
7 respuestas

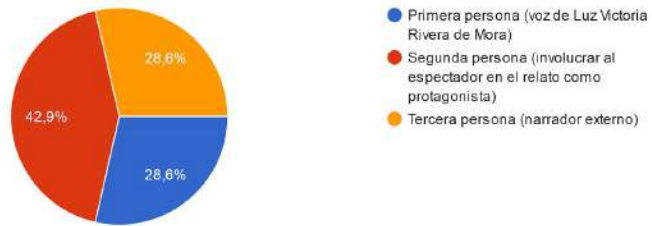


Figura 44. Consideraciones de narrativas

Los docentes consideran que en segunda persona sería favorable contar una historia, a pesar que también existen valoraciones por la primera persona y tercera persona, debido a que no todos piensan de la misma manera o reciben la información como el resto.

¿Qué tono iría acorde con los estudiantes?
7 respuestas

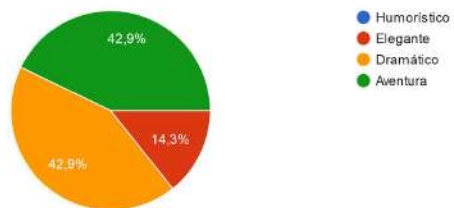


Figura 45. Tonalidad narrativa

La tonalidad con más atractivo para los docentes es la de aventurero, esto se debe a que ellos desean que los chicos a la edad que tienen deben explorar más de la historia y poco a poco ellos mismos investigar.

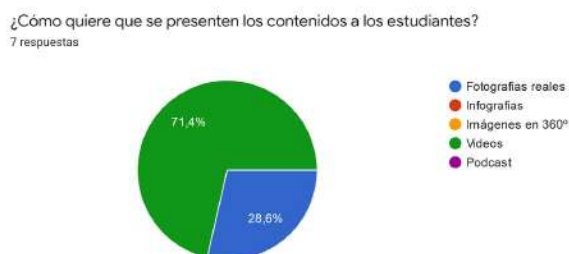


Figura 46. Presentación de contenidos

Los contenidos deben ser presentados en videos y fotos reales porque con lo último les puede parecer un cuento real que marca la historia.

Resultados de entrevistas a moradores cerca del Centro de Cultura y Arte “Luz Victoria Ribera de Mora”

Siguiendo con los datos relevantes de las entrevistas, a continuación se presenta asimismo el análisis de las entrevistas a las personas que trabajan y viven a los alrededores del Centro de Cultura y Arte “Luz Victoria Ribera de Mora”.

Tabla 15

Análisis de respuestas a las entrevistas realizadas a las personas que viven o trabajan a los alrededores del Centro Municipal de Cultura y Arte Luz Victoria Ribera de Mora.

Categoría / Unidad	Positivo	Negativo	Interesante
Luz Victoria Ribera de Mora	Para la mayor cantidad de personas, fue una distinguida docente. Solo una persona conoce la historia de este personaje. Son pocas las personas que aceptaron que pudo ser Machaleña.	No fue nadie y no conocen de por sí la historia de ella. Creen que fue de otro lado y no Machaleña.	Una Artista

Obras Relevantes	Si les interesa conocer obras de este personaje.	No saben qué Luz Victoria Ribera de Mora escribió el canto al combate naval de Jambelí y tampoco lo conocen.
Actividades Relevantes	Entre algunos conocen que fue una docente y poetisa e incluso de que fue la primera mujer encargada de la alcaldía de Machala, entre las actividades de las que se siente identificado es de defensor de los derechos de las mujeres y de ser poeta.	La mayoría de personas no conocen ninguna actividad de este personaje. Hay personas que no se sienten identificadas con nada de las actividades que realizó este personaje, debido a que no la conocieron.
Crossmedia	Los contenidos que más consumen estas personas, son los contenidos de actualidad, algunos por tener hijos consumen material educacional y motivacional. El estilo moderno es el que más llamaría la atención a los consumidores. Así mismo les gustaría interactuar con videos y fotografías reales, por lo que es curioso ver fotos de muchos años atrás.	Facebook es considerada una plataforma beneficiosa para consumir productos culturales junto con la plataforma de YouTube. Sin embargo les interesaría conocer los poemas que escribió y su historia, a través de productos audiovisuales.

Características de la audiencia	Algunos ocasionalmente visitan el centro de arte. Los entrevistados comentan que consideran los actos festivos y las expresiones orales como cuentos e historias como una identificación cultural de su ciudad.	Las personas casi nunca visitan el Centro Municipal de Arte y Cultura Luz Victoria Ribera de Mora. Las personas no se sienten identificadas con ningún personaje emblemático de la provincia debido a que no saben cuáles son.
--	---	---

Narrativa	<p>A los entrevistados les gustaría que les relaten una historia como un cuento e incluso una crónica.</p> <p>Como la mayoría de los entrevistados sugieren que debería haber más datos de ella en su rol de líder política, poetisa y mujer.</p> <p>De esta manera les gustaría que la historia fuera narrada por una mujer y que sea en primera persona con un tono aventurero y dramático a la vez.</p>	<p>Los vínculos que generan en los entrevistados al momento de ver una propuesta cultural son admiración e interés, ya que eso no muchas veces se suele brindar. La historia de este personaje debe ser informada de diferentes maneras para que llegue a más personas, mostrando su historia de diferentes formas porque no todos entienden de la misma manera.</p>
------------------	--	--

Matriz: Autoría propia

Discusión de resultados

Las respuestas de los encuestados denotan claramente la falta de comunicación histórica sobre la identidad de Luz Victoria Ribera de Mora, por lo tanto la gestión que se aplicará en los productos serán proyectados en los medios y redes sociales con el fin de ser un atractivo apto para todo público.

Espinoza, Guamán , & Gómez (2016) Añaden: “La identidad existe para ellos cuando es expresada lo cual supone mediada por una toma de conciencia que lo permite y que faculta al individuo a declarar su adhesión al tiempo y espacio que vive.” Debido a esto se considera que la manera que más frecuente se utiliza en lo cultural, no brinda la posibilidad para que se fortalezca la identidad de un personaje, consta que la constante práctica y documentos que filtren los datos históricos de Luz Victoria Ribera de Mora en los ámbitos educacionales favorecen el reconocimiento siendo formativo porque suma las tradiciones y costumbres como constructores de la historia, para ser recordada en el futuro.

4.2. Conclusiones

En este proyecto es necesario recordar las palabras claves que permitieron que este trabajo se realizará de manera organizada y con fines culturales, entre ellas está la identidad cultural, *crossmedia*, historia, cómo el personaje principal de la cual se recopiló información, desde los expertos de la comunicación, hasta los historiadores de la provincia. Se propone el fortalecimiento y apropiación de la memoria histórica de sucesos pasados, que pueden ser reconstruidos y conocidos por todas las personas que se sientan identificadas, siendo un indicador claro de la recuperación y reinvención de la historia con productos comunicacionales.

- Se llegó a determinar que la narrativa generó expectativa en la audiencia como vivir la experiencia de la historia que se plasmaba en cada imagen, video, reportaje, podcast y

audiovisual publicado en medios tradicionales y no tradicionales, por naturaleza los productos emitidos son únicos dentro de la ciudad de Machala. Por otra parte conceptos de cultura encierran gran variedad de aspectos en los que las personas se desenvuelven a diario porque aunque no sean conscientes de su identidad y la identidad de su pueblo, estos lo manifiestan en su desarrollo de conocimientos, tradiciones, forma de vivir la vida e incluso los valores, sin dejar de lado lo material como lo es parte de la cultura la imágenes y monumentos.

- La investigación confirma la caracterización de los productos realizados en base a la historia de Luz Victoria Ribera de Mora, para esto el proyecto se dividió en tres elementos base que contaron la historia de este personaje, como líder, poeta y docente para las plataformas en facebook, instagram, youtube, spotify, soundcloud, radio y prensa. En cada medio, se contó parte de la historia pero adaptado al sitio a donde se publicaba.
- La información que se consiguió para la investigación, diseño, producto y gestión se transformó en narrativa para la elaboración y difusión logrando que los contenidos se adapten, permitiendo mejorar la vinculación entre diversas plataformas. Cada producto logró que parte de su audiencia estuviera inmersa en la historia, y que la plataforma de facebook, instagram y youtube fueran las principales en participación por la audiencia, las imágenes fueron reales, los videos también fueron realizados con imágenes reales.
- Cuando se empezó a valorar la narrativa, fue al momento de hacer las primeras publicaciones en redes. También la publicación sobre la historia de Luz victoria Ribera de Mora en la prensa, favoreció a que los lectores recibieran esta información como invitación para recordar la historia visitando los diferentes medios en los que se habla del personaje y su identidad cultural orense, esto se logró cumpliendo los requisitos que requerían los encuestados.

4.3. Recomendaciones

- La clave aquí es que se debe tomar en cuenta algo primordial cuando se realiza recopilación de datos este no sea solo de hombres o solo de mujeres, para este tipo de construcciones históricas se necesita la observación y palabra con conocimientos de diferentes géneros, edades y especialidades. Todos tienen algo que contar y eso sirve para la recreación de la identidad sea de un pueblo o en este caso de una mujer que hizo de Machala su mayor tesoro y la inspiración para la lucha por la que este gran personaje transcurrió durante toda su vida.
- Se recomienda en base a los resultados que arrojó el análisis, una de las principales aportaciones que realizó, es que a la audiencia se debe influir para que sea partícipe de identidad cultural de su pueblo, a través de los medios más utilizados especialmente a los jóvenes que deben crecer con un sentido común y formado de la identidad de su ciudad.
- Al momento de compartir los productos, fue conveniente dividir cada aspecto de la vida del personaje, en el caso de Luz Victoria Ribera de Mora, se generaron más contenidos en base a la misma historia para distribuir en las diferentes plataformas, de esta manera las publicaciones deben ser publicadas donde la audiencia tiene más interacción, muy aparte también se debe realizar más incentivo en la audiencia y generar más productos diarios del mismo personaje y sus diferentes facetas.
- En el caso de la narrativa, debe ser explicada de una manera detallada y comprensible, con varias fuentes, con historias reales, tal como los encuestado y entrevistados de este trabajo pidieron, que sea todo con la verdad y no sea nada inventado, incluyendo hasta las imágenes reales.

REFERENCIAS

- Albarello, F. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación*, 2(2), 247-249. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652806.pdf>
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A., & Jácome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *Lasallista*, 15(2), 367-377. Obtenido de <http://repository.lasallista.edu.co:8080/ojs/index.php/rldi/article/view/1841/210210311>
- Briceño, Y. (2016). La diferencia cultural en cuestión. Una crítica a los estudios culturales latinoamericanos a la luz de las investigaciones del mundo popular urbano. *Tesis doctoral*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399722/ybl1de1.pdf?sequence=1>
- Campos, F., Rúas, J., López, X., & Martínez, A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información*, 25(3), 449-457. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/296530128.pdf>
- Canavire, V. (2019). Rostros mestizos: una propuesta comunicacional para el estudio de itinerarios terapéuticos ancestrales en Latinoamérica. *Razón y Palabra*, 23(104), 438-457. Obtenido de <http://ww.revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/1294>
- Cepeda, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabenque* (31), 244-262. doi: <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>
- Davidson, D. (2010). *Cross-Media Communications: An Introduction to the art of Creating Integrated Media Experiences*. doi:10.1184/R1/6686735

- Chusin, J. (2013). *Pérdida de identidad cultural en los niños y niñas de séptimo año de educación básica, del centro educativo Ciudad de San Salvador de la Comunidad de Guayama Grande en el año lectivo 2010-2011*. Universidad Politécnica Salesiana sede Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6675/1/UPS-QT04708.pdf>
- Corona, J. (2016). ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedial de las narrativas. *Icono, 14*(1), 30-48. doi:doi: 10.7195/ri14.v14i1.919
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2012). Nuevas Narrativas Audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia. *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergente, 10*(2), 102-125. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>
- Cuesta, U., Martínez , L., & Niño, J. (2018). Estrategias y contenidos considerados más eficaces por los jóvenes para la prevención del virus del papiloma humano desde Facebook. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 29*(3), 1-16. Obtenido de http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v29n3/a02_1196.pdf
- Educativa, O. d. (2017). *Storytelling*. (T. d. Monterrey, Editor) Obtenido de EduTrends: <https://observatorio.tec.mx/edutrends-storytelling>
- Elhordoy, J. (2020). Podcasts : herramienta de comunicación efectiva para el ámbito interno y extremo de las organizaciones. Aproximación a los nuevos dispositivos de la cultura digital. *Inmediaciones de la Comunicación, 2*(15), 217-227. Obtenido de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/3029/3199%20doi%20%20http://doi.org.10.18861/ic.2020.15.2.3029>
- Espinoza, E., Guamán , V., & Gómez , M. (2016). EL CONTINUUM CULTURA-IDENTIDAD DE LA COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN ECUATORIANA. *Revista Universidad y Sociedad, 8*(4), 71-79. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000400009
- Falcao , A., Santos, A., Mota, C., & Avelino, M. (2017). Comiendo virtualmente con los ojos un estudio sobre el uso de Instagram por parte de los prestadores de servicios turísticos de

- gastronomía de Recife (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(4), 964-977. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6329750>
- Garavelli, C. (2014). Memorias en transición. Producciones videográficas argentinas contemporáneas entre el video de creación y el corto documental. *Cine Documental* (9), 40. Obtenido de <http://revista.cinedocumental.com.ar/memorias-en-transicion-producciones-videograficas-argentinas-contemporaneas-entre-el-video-de-creacion-y-el-corto-documental/>
- García, A., & Anzures, D. (2018). Relevancia de contar historias (storytelling) como forma de transmisión de la cultura organizacional: un estudio de caso. *Congreso de Investigación Social*, 1-15. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/328126890_La_Relevancia_de_Contar_Historias_Storytelling_como_Forma_de_Transmision_de_la_Cultura_Organizacional_un_estudio_de_caso
- García, R., Tirado, R., & Hernando, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47(3), 291-298. Obtenido de <http://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/12686>
- Gualpa, P. (17 de septiembre de 2019). *meistudies*. Obtenido de *meistudies*, 2º Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies - O protagonismo da narrativa imagética: <http://meistudies.org/index.php/cmei/2cmei/paper/viewPaper/483>
- Guerrero, E. (2011). El ecosistema multiplataforma de los grupos televisivos españoles: los formatos de entretenimiento. *Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*(7), 85-103. Obtenido de http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/07_e_enriqueguerrero.pdf
- Guisado, A. (2017). “*Storytelling*”: cómo contar historias ayuda a la estrategia de marketing. (Tesis de grado). Universidad de Sevilla, España. Obtenido de

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/75910/Storytelling_como_contar_historias_ayuda_a_la_estrategia_de_marketing.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- González, N. (2018). Uso escolar de infografías para la representación de células animales y vegetales. *Revista de Educacion en Biología*, 21(2), 22-37. Obtenido de <https://revistas.psi.unc.edu.ar/index.php/revistaadbia/article/view/24524/24665>
- Hernández, M., & Grandío, M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010). *Área Abierta*(28), 1-20. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/4873>
- Hernández, R., & Infante, M. (2011). La cultura y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad. *Ciencias Holguín*, 17(3), 1-8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181522303012>
- Herrero, J. (2017). La dimensión testimonial y literaria de los reportajes de Saint-Exupéry sobre la Guerra civil española. *Çedille. Revista de Estudios Franceses* (13), 209-242. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/808/80850903011.pdf>
- Linares, J., & Pozzo, S. (2018). Las redes sociales como herramienta del marketing relacional y la fidelización de clientes. *Sciendo, ciencia para el desarrollo*, 21(2), 157-163. Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/1893>
- Lopez, J. (2018). Youtube como herramienta para la construcción de la sociedad del conocimiento. *ReHuSo: Resvistas de ciencias humanísticas y sociales*, 3(1), 1-16. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1225/1022>
- López, M., & Nicolás, M. (2015). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinaria. *ComHumanitas*, 6(1), 22-39. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5896204>
- Lorán, M. (2017). El uso del cortometraje como estrategia de branded content. *Miguel Hernández Communication Journal*, 97(5), 153-177. Obtenido de <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/159/340>

- Mariscal, J. (2016). Formación y capacitación de los gestores culturales. *Apertura*, 56-73. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/393>
- Minutti, I. (23 de septiembre de 2014). *EpiReality*. Obtenido de ¿Qué es Cross-Media?: <https://epireality.wordpress.com/2014/09/23/cross-media-definicion/>
- Mendoza, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de las Isla Puná, Ecuador. *Universitas*(30), 211-227. doi:<https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.10>
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*(7), 69-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384407>
- Ortega, E. (2017). Jóvenes adultos y prensa: un análisis de la relación y la cobertura mediática de los jóvenes al Norte y Sur del Mediterráneo. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*(38). Obtenido de <https://institucionales.us.es/ambitos/jovenes-adultos-prensa-analisis-la-relacion-la-cobertura-mediatica-los-jovenes-al-norte-sur-del-mediterraneo/>
- Parra, D., & Onieva, C. (2020). El podcast como herramienta estratégica de comunicación corporativa. Análisis de su utilización por las empresas del índice bursátil IBEX 35 de España en sus portales web y a través de la plataforma iVoox. *Razon y palabra*, 24(107), 161-193. Obtenido de <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1598>
- Pérez, C., & Luque, S. (2018). El marketing de influencia en moda. Estudio del nuevo modelo de consumo en Instagram de los millennials universitarios. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*(15), 255-281. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6354710>
- Pezantes, S. (2019). *Narrativa Transmedia La Magia del Tren*. (Trabajo titulación). Universidad Técnica de Machala. Obtenido de

http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15136/1/T-3249_PEZANTES%20P RADO%20STEFANY%20PAOLA.pdf

PortalGC UB. (2010). *Jesús Martín Barbero- El consumo cultural de los jóvenes*. Youtube. De https://www.youtube.com/watch?v=4_kRy3sGV94

Ramos, M. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: El caso de made with lof*. Sevilla, España. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1

Reche, C. (2012). La fotografía como herramienta de comunicación pública de la ciencia: el caso de "Ciencia en foco, tecnología en foco". *Fundamentos en humanidades*, XIII(26), 115-128. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18429253008.pdf>

Rojas, A., Castañeda, T., & Mesta, L. (2017). Los arquetipos como herramienta para la construcción de historias: análisis del mundo diegético de "intensament". *Ámbitos*(36), 1-16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/168/16851142003.pdf>

Rojas, T., Purizaga, L., & Benites, A. (2018). El storytelling y la condensación de historias en el mundo publicitario. *Rihumso*, 7(13), 1-19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6774004>

Saavedra, C., Cuervo, W., & Mejía, I. (2017). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 1(28), 6-16. doi: <http://dx.doi.org/10.14483/udistrital.jour.rc.2016.28.a1>

Simons, N. (2014). Audience Reception of Cross- and Transmedia TV Drama in the Age of Convergence. *International Journal of Communication*, 8(1), 2220-2239. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/279323385_Audience_Reception_of_Cross-_and_Transmedia_TV_Drama_in_the_Age_of_Convergence

Snijders, E. (2017). *Storytelling y difusión cultural*. Obtenido de Anuario AC/E de Cultura Digital :

https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2017/ebook/anuario/3Storytelling_EvaSnidjers.pdf

- Tello, L., Iñiguez, G., Benitez, K., & Tusa, F. (2017). Difusión del patrimonio cultural, tradiciones y saberes ancestrales de la provincia de El Oro: Orotopía. *Ciencia y Tecnología para*, 1, págs. 1111-1120. Machala. Obtenido de <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/download/187/158/301>
- Trillo, M., & Ollero, J. (2018). Estrategias de comunicación periodística para publicar en redes sociales desde la prensa local, plan de acción de Grupo Joly. *Hipertext*(16), 68-77. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6555280>
- Urrea, J. (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. Obtenido de <http://repository.lasallista.edu.co:8080/ojs/index.php/rldi/article/view/665/431>
- Val, A. (2017). La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual? *Comunicación y sociedad*(28), 111-130. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X201700010011
- Vargas, C. (2014). Estrategias didácticas para el desarrollo de la identidad cultural en educación primaria. *Educación*, 23(45), 22-50. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4911362.pdf>
- Vargas, D., & Otero, J. (2015). Desarrollo e implementación de recorridos 360° en portales Joomla! *Scientia et Technica*, 20(1), 61-69. Obtenido de <https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/8389>

- Venier, E. (2019). La comunicación radiofónica en la economía de plataformas. El caso del podcasting. *RAC, Revista argentina de comunicación*(10), 64-84. Obtenido de <https://www.fadeccos.org/revista/index.php/rac/article/view/12>
- Vizcaíno, A., Contreras, P., & Guzmán , M. (2019). Lectura y aprendizaje informal en YouTube: El booktuber. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (59), 95 - 104. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6868308>
- Zavala, L. (2014). *Narratología y lenguaje audiovisual*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Lauro_Zavala/publication/261760662_NARRATOLOGIA_Y LENGUAJE_AUDIOVISUAL/links/0f317535724bc3b1da000000/NARRATOLOGIA-Y-LENGUAJE-AUDIOVISUAL.pdf

Anexo 1: Entrevista a Expertos

Entrevista a Ángeles Britos, comunicadora y creadora digital.

Tema	Preguntas	Respuestas
Identidad Cultural	1. ¿La identidad cultural es considerada importante para una mejor comunicación?	Toda Comunicación efectiva parte del conocimiento de la identidad cultural. Tanto los signos, los símbolos, las palabras, etc. Son y tienen un significado particular según la identidad cultural dentro de la cual se muestran.
	2. ¿Qué diseño es el adecuado en una página web para el tema de la identidad cultural?	No existe un diseño más o menos adecuado. Existen formas de comunicar mensajes de acuerdo a las diferentes pautas culturales de la identidad sobre la cual se va a difundir un mensaje. Es decir, no tiene que ver el diseño del sitio web, sino QUÉ vamos a comunicar.
Narrativa	3. ¿Qué considera mejor en una buena Historia (narrativa)?	Las buenas historias son aquellas capaces de contarnos algo relevante, matices, momentos. Son historias que generan en el lector sentir emociones. Que provoquen algo en la persona que lee. Somos seres emocionales. Necesitamos poder leer sintiendo cosas: aromas, lugares, personas, sentimientos, etc.
	4. ¿Qué debemos tomar en cuenta al extender una historia a varios soportes o plataformas?	Cuando escribimos para multiplataforma, tenemos que asegurarnos primero: que nuestro público objetivo esté en esa plataforma que elegimos. Segundo: conocer al usuario de dicha plataforma: cómo busca, cómo encuentra, cómo consume etc. Y por último adaptar mi texto a las reglas visuales de cada plataforma en particular. (Por ejemplo. No es lo mismo escribir en un blog que escribir para Instagram. Porque tenemos limitaciones de caracteres, diferentes reglas visuales, y formas de consumir textos.)

	5. ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta para que el relato sea efectivo en la digital?	En lo digital tanto como en lo "off line" existen variedad de textos y la efectividad va a depender del objetivo de cada uno: no es lo mismo si es con un fin comercial, que si es con un fin solo narrativos etc
Plataformas	6.¿Qué tipos de productos son más consumidos por los usuarios en redes sociales?	Los productos que tengan que ver con actualidad e interés social.
Audiencia	7.¿Qué tipos de productos son más consumidos por los usuarios en redes sociales?	El cine y la televisión son dos productos culturales con más terreno ganado en lo digital. Pero esta situación mundial ha hecho que el teatro llegué pisando fuerte a las plataformas digitales, y las obras de arte. Al menos en Argentina.
Contenidos	8. ¿Qué se debe potenciar en la generación de contenidos?	Las experiencias, sin duda alguna. Cada cosa que vendemos debe ser pensada como una experiencia de marca. Entonces por ejemplo podés ver "cine ciego" de Argentina que lo que vende es toda una experiencia de cine en casa, con pochoclos, y demás que te llegan a casa y, entonces el usuario es situado en un lugar que le dispara emociones y genera una experiencia con la marca.
	9. ¿Qué características debe tener el contenido presentado en formato digital?	Que sea responsive (es decir que se adapte a cualquier dispositivo), que no sea contenido pesado, de fácil acceso y costo moderado. Que no tenga que tener apps anexas para descargarlos. Que sea intuitivo.
	10. ¿Cómo podemos lograr que las audiencias creen contenidos de la historia presentada?	No puedo asegurarte algo, pero según mi experiencia, el contenido debe ser interesante.
Personajes	11. ¿Cómo recomendaría ser presentado el personaje de una historia: en primera persona, segunda	Depende del género literario y del objetivo de nuestra narración

persona o en tercera
persona?

Anexo 2: Entrevista a Expertos

Entrevista a Andrea Mons, comunicadora visual y diseñadora web.

Tema	Preguntas	Respuestas
Identidad Cultural	1. ¿La identidad cultural es considerada importante para una mejor comunicación?	Si hablamos de personas de diferentes culturas, que necesitan comunicarse de manera efectiva, si es importante definir una identidad para poder decodificar el mensaje.
	2. ¿Cuál sería una manera de reforzar la identidad cultural?	La identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones y creencias que pueden ser reforzados mediante actividades que involucren a la comunidad, como festivales musicales. A pesar de que ahora no se puedan celebrar reuniones, la forma online puede ayudar.
	3. ¿Cómo relaciona usted el diseño gráfico con la cultura?	El diseño está presente desde que se hicieron las primeras pinturas rupestres en las cuevas. Todo tiene diseño y todo se diseña, pero el diseño va cambiando de acuerdo a la cultura de la sociedad, por ejemplo el colorido de la cultura latina versus un diseño más serio y frío como el europeo.
Crossmedia	4. ¿Conoce usted sobre <i>Crossmedia</i> ?	Es un término nuevo para mí, pero entiendo que es trasladar la cultura a diferentes soportes.
Narrativa	5. ¿Qué considera mejor en una buena Historia (narrativa) ?	Necesitaría un poco más de contexto pero una buena historia tiene que siempre cumplir una estructura narrativa como espacio, tiempo, personajes y narrador. Pero además las 4 fases de una historia: planteamiento, desarrollo, conflicto o nudo (dentro de este el clímax) y desenlace.

6. ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta para que el relato sea efectivo en lo visual? Un pensamiento crítico acompañado de imágenes, videos y sonidos que refuercen el mensaje.
- Plataformas** 7. ¿Qué tipos de productos son más consumidos por los usuarios en redes sociales? Yo no tengo esos datos, pero si hay reportajes que demuestran que entre los más vendidos se encuentra la ropa, calzado y accesorios. Pero eso depende de la situación, porque últimamente los artículos electrónicos como laptops son los más buscados en pandemia.
8. ¿Cómo maneja un comunicador visual los temas de interés cultural? No te puedo dar esa respuesta porque yo soy UX designer no comunicadora o de marketing.
- Audiencia** 9. ¿Cuáles son los contenidos culturales que tienen acogida? Tampoco te podría decir pero en Chile es muy importantes ciertos temas ligados al feminismo y a las fiestas patrias de septiembre que solo son relevantes para esas fechas.
- Contenidos** 10. ¿Qué se debe potenciar en la generación de contenidos? En mi caso la gente aprecia mucho hablar desde la experiencia y enseñar de manera didáctica cómo hacer uso de herramientas de diseño o sobre procesos.
11. ¿Cuál es la manera correcta de realizar un contenido desde la comunicación visual? No creo que haya una forma correcta, lo que funciona en unos no les funciona a otros. Creo que va ligado a la estrategia y los objetivos.
12. ¿Qué características debe tener el contenido presentado en formato gráfico? Un buen copy, imagen atractiva, legibilidad, jerarquía y contraste.

13. ¿Cómo se logra contenidos que se adapten en varias plataformas? Por lo general se crea una pieza madre que luego se adapta a diferentes formatos. Pero los formatos pueden ser diferentes, lo importante es el mensaje que se quiere transmitir.
14. ¿Cómo desarrollar contenidos que se experimentan en conjunto en diferentes plataformas? Con metodologías de investigación previa, todo depende del mensaje.
15. ¿Cómo podemos lograr que las audiencias creen contenidos de la historia presentada? A partir de tener un llamado a la acción, generar diálogo con el usuario para obtener respuestas. Cuando haces un post dando tu opinión y al final dejas una pregunta, ¿cómo cuéntame tu experiencia con x cosa?

- Personajes** 16. ¿Qué características debe tener un buen personaje de una historia? Eso depende del gusto, a lo mejor a unos les guste los héroes, a otros las princesas indefensas y algunos los villanos. Pero todos deben describirse de forma física e intelectual, ¿qué siente? ¿qué quiere? sus objetivos.
17. ¿Cómo recomendaría ser presentado el personaje de una historia? Primera Persona

Anexo 3: Entrevista a Expertos

Entrevista a Germán Atocha, comunicador radial - Ecuador

Tema	Preguntas	Respuestas
------	-----------	------------

Identidad Cultural

1. ¿La identidad cultural es considerada importante para una mejor comunicación?
Claro que es importante, porque es a través de la cultura de los pueblos pueden identificarse con sus costumbres, tradiciones, es lo que con el pasar del tiempo ha permitido que se puede identificar una comunidad o un determinado pueblo, Zapotillo es un cantón que sea podido identificar mucho por su cultura y tradiciones con la producción de chivos y lo que es el ganado caprino, le ha permitido identificarse a este cantón la tradición gastronómica la cultura de su gente, por ejemplo la amabilidad la forma en cómo la gente trata a sus visitantes. La identidad cultural es muy importante y fundamental para que un pueblo sea reconocido.
2. ¿Cuál sería una manera de reforzar la identidad cultural?
Hay muchas maneras en las que nosotros creemos conveniente evidenciar concientizar a revivir determinadas costumbres y tradiciones que tienen los pueblos por ejemplo podemos identificar especialmente en la zona en la frontera ya que hay tradiciones que hoy en día no se las está valorando es importante poder revivir. Estamos olvidando la forma de conversar hoy en día, el buen vivir en los territorios también es fundamental.

Narrativa

3. ¿Qué considera mejor en una buena Historia (narrativa) ?
Acá se han contado muchas historias, creo que es fundamental el tema de las costumbres y las tradiciones de un pueblo de una comunidad.
4. ¿Qué debemos tomar en cuenta al extender una historia a varios soportes o plataformas?
Se debería tener en consideración el tema de las tradiciones que debe tener dentro de esa historia de la que se habla.

5. ¿Cómo generar una conexión emocional con los radioescuchas, mediante los relatos?
- Siempre que el contenido determinado tema sea de interés y depende a qué tipo de público quiero llegar, hay público joven que no le interesa lo mismo que lo que le interesa a un público adulto, entonces siempre es fundamental que se revise el contenido, entonces el contenido debe ser claro para qué tipo de público quiere ser dirigido, por ejemplo si quiero dedicar un tema a gente joven, está en la nueva era del modernismo, si es para adultos hablamos de tradición de cultural, entonces hay que saber el tipo de público al que se quiere llegar.
6. ¿Cómo se puede involucrar al radioescucha con el relato?
- Hay muchas maneras de involucrarse siendo creativo, saber innovar, de acuerdo a la realidad que se vive, siempre hay que innovar , crear y actualizarse para de acuerdo a eso poder llegar al público
7. ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta para que el relato sea efectivo en radio?
- Hay muchos aspectos en el tema de radio para poder ser más llamativo, siempre la radio se ha caracterizado por tener una expresión con la voz que sea buena y se utilice más el diafragma, el tema de los gestos de la misma voz. Los aspectos de cómo me expreso llama mucho la atención de acuerdo a la creatividad que se tenga van saliendo más aspectos fundamentales
8. ¿Cómo maneja un comunicador radial los temas de interés cultural?
- Hay muchas maneras de manejar el tema de los acontecidos yo creo que son fundamentales y más que todo el tema de horarios. En mi experiencia el tema de horarios, espacios, momentos para las diferentes edades. Saber manejar buenos contenidos para llamar la atención del determinado público que se tiene. En una radio manejar bien el tema de la producción eso da mucho a favor y se debe considerar el tema de los contenidos y la forma como hago yo esa producción y cómo quiero impactar

Plataformas

9. ¿Los podcast es una nueva forma de invitar a los jóvenes a consumir radio? Los podcast recién estamos tratando de actualizarnos

Audiencia

10. ¿De qué manera definiría a la audiencia en la actualidad? Una sociedad totalmente globalizada, individualista, poco solidaria. Yo he podido evidenciar desde que llevo haciendo documentación

Contenidos

11. ¿Qué se debe potenciar en la generación de contenidos? En el tema de contenidos, siempre nos manejamos el contenido de acuerdo al tipo de contenido en los cuales los educativos se trabaja bastante lo que son los conocimientos las destrezas los valores, eso se trata de inculcar

12. ¿Cómo se logra contenidos que se adapten en varias plataformas? Siendo un poco más llamativo en el tema de cómo se expresa una narración y la importancia que le demos se da cuenta el oyente

13. ¿Cómo podemos lograr que las audiencias creen contenidos a raíz de la historia presentada? Depende el tema, hay contenidos noticiosos no hostiga a la gente, pero otro tipo de narraciones puede ser cansado hasta la misma voz del locutor puede ser cansado para los oyentes, no creo que un contenido deba publicarse todos los días, sino más bien hacerlo en determinado tiempo y hacer pausas como descanso para el público

Personajes

14. ¿Qué características debe tener un buen personaje de una historia? El desarrollo personal debe recalcarse cómo su hoja de vida, e inculcar en la narración los valores. Son pocas las personas que tienen un futuro prometedor y eso es lo que se debe fomentar. Características principales.

15. ¿Cómo recomendaría ser presentado el personaje de una historia: en primera, segunda o en tercera persona? Personalmente creo que debería hacerse en primera persona e incluso ha llamado más la atención este tipo de narración

Anexo 4: Entrevista a Expertos

Entrevista a Pablo Castillo, comunicador audiovisual – España

Tema	Preguntas	Respuestas
Identidad Cultural	1. ¿La identidad cultural es considerada importante para una mejor comunicación?	Si
	2. ¿Cuál sería una manera de reforzar la identidad cultural?	Haciendo conocer otras totalmente diferentes y otras más parecidas, para entender en qué nos parecemos/diferenciamos de otras culturas

Crossmedia	3. ¿Conoce usted sobre <i>Crossmedia</i> ?	Si
Narrativa	4. ¿Qué considera mejor en una buena Historia (narrativa)?	El término 'bueno' es muy relativo. Pero en mi caso, me encanta que las historias tengan un componente claro de concienciación sobre algún problema actual. Me gusta mucho que hagan reflexionar al espectador.
	5. ¿Qué debemos tomar en cuenta al extender una historia a varios soportes o plataformas?	Elaborar una estrategia transmedia es muy complejo. Lo primero contar con un equipo de guionistas que sean capaces de crear dichas tramas y subtramas. Después, contar con diseñadores y especialistas en marketing digital para darle la mejor forma posible, siendo atractiva y sin salirse de la esencia del proyecto principal.
Plataformas	6. ¿Qué tipos de productos son más consumidos por los usuarios en redes sociales?	Hay mucho podcast, mucha webserie, mucho monólogo, aunque yo considero que una webserie tiene mucho tirón ahora mismo.
Audiencia	7. ¿De qué manera definiría a la audiencia en la actualidad?	Fugaz. Tenemos miles de estímulos, contenidos y cientos de historias al alcance de la mano. Que una persona forme parte de tu audiencia dependerá mucho de si la historia genera suficiente expectación como para que no le entre la tentación de dar click al vídeo de al lado.
Contenidos	8. ¿Qué se debe potenciar en la generación de contenidos?	La cercanía con la audiencia o target objetivo y que dichos contenidos sean para crear un mundo más justo y mejor.

9. ¿Cuál es la manera correcta de realizar contenidos desde la comunicación audiovisual?
- Cualquier contenido puede ser correcto en cuanto a técnica pero no tiene por qué serlo en cuanto a fondo. La técnica es muy importante y el fondo, lo es todo. No es lo mismo crear vídeos para enseñar a 'respetar la naturaleza' que crearlos para 'incitar el suicidio'.
10. ¿Qué características debe tener el contenido presentado en formato audiovisual?
- Atractivo, enfocado a un target definido y memorable.
11. ¿Cómo se logra contenidos que se adapten en varias plataformas?
- Teniendo muy en cuenta el minutaje, las posibilidades del proyecto y la estrategia transmedia que puedas realizar del proyecto.
12. ¿Cómo podemos lograr que las audiencias creen contenidos a raíz de la historia presentada?
- Buena pregunta... ¿Dando un premio a cambio?, ya sea conocer en persona al protagonista de la serie o acceder al siguiente rodaje.
- Personajes**
13. ¿Qué características debe tener un buen personaje de una historia?
- Que haya un número de personas considerable que, al salir de la película, se sientan representados por él/ella.
14. ¿Cómo recomendaría ser presentado el personaje de una historia: en primera persona, segunda persona o en tercera persona?
- Primero me gusta más.

Anexo 5: Entrevista a Expertos

Entrevista a Wilson Bacacela, Gestor cultural de la Utmach – Ecuador

Tema	Preguntas	Respuestas
------	-----------	------------

Identidad Cultural	<p>¿La identidad cultural es considerada importante para una mejor comunicación?</p> <p>¿Considera a la identidad cultural como un derecho?</p> <p>¿Cree que la cultura ha sido afectada los últimos años?</p>	<p>La identidad cultural es de un pueblo el sostén de su existencia, pues en ella está expresada toda la historia pasada, actual y lo que puede convertirse en un futuro para dar ese espacio, para dar esas particularidades a cada localidad viene desde ahí pues se encuentran formas de comunicación que interesen, se inserten tanto a los interlocutores y a los que están propiciando la información.</p> <p>Es un derecho inmanente a los pueblos y a las personas, en estos momentos la identidad está siendo arrebatada por la globalización, la globalización no solamente es económica sino también cultural. Ahí está mucho la razón del desarraigo, muchos grupos sociales que no reconocen en su localidad parte de su existencia, parte de sus raíces y eso favorece al desequilibrio social, a la falta de solidaridad, la falta de valoración personal y social.</p> <p>Sí, la cultura de las localidades han sido completamente afectadas, tanto es así que a grupos humanos le han dado la espalda a su propia realidad, la cultura es un elemento vital para la coexistencia de la sociedad, por eso se ha creado lo que yo denomino la contra cultura, es decir la cultura del consumismo de América latina, en concreto de los pueblos nuestros del Ecuador, siempre han sido solidarios, siempre con sus bases formativas de consolidación social, se ha persistido la solidaridad hoy, actualmente se vive el individualismo y el sálvese como pueda y todas las exclusiones culturales van en eso y sobre todo van a deshumanizar a las personas a verlas como un objeto, a quien se puede obligar, entrecorillas, a consumir tales o cuales elementos y optar por una forma de libertad.</p>
---------------------------	--	---

¿Cuál sería una manera de reforzar la identidad cultural?

Reconocer la historia de su pueblo de la misma forma de hablada, por ejemplo la comunicación, es recoger todas las discordias y las particularidades frente a las generalidades O sea no se puede decir de que todos participan de lo mismo, no, nosotros participamos con lo que somos y eso que estamos planteando, esa es la diferencia, es el mundo al revés que decía alguna vez el poeta español a Machado.

Crossmedia

¿Cuáles son las ventajas de presentar propuestas digitales para fortalecer identidad?

Las propuestas digitales son valederas, responden a la actualidad innegable, pero tienen que recoger también las particularidades de las colectividades a las que van siempre o a las que están.

¿Qué considera mejor en una buena Historia (narrativa)?

Sobre todo, la objetividad y el narrador no tienen que desconocer su origen social, su ideología. No creo yo en la falsa independencia supuestamente política o ideológica, todas las personas de una u otra manera respondemos a las dos formas que se imponen en el mundo el ser social o el ser individualista.

¿Cómo generar una conexión emocional con la audiencia mediante los relatos?

Encontrando en ese relato las particularidades que yo hablo y que estoy dando, a veces repitiendo lo mismo, pero son particularidades, si en un relato encuentras parte tuya como oyente, como lector de este relato te va a interesar vas a tratar de encontrar esas particularidades. que pueden ser recreadas, que pueden ser ambientadas, pero a la final son esas realidades particulares que fortalecen los relatos, las que hacen vivo esa historia de los pueblos, por ejemplo en la literatura que a veces es fácil reconocer y dicen somos un pueblo macondiano por qué, porque García Márquez en su Macondo encontró algunas de esas particularidades que son inmanente a los pueblos de Colombia, Ecuador, Venezuela, Perú que son nuestras y le dedicamos tal vez que cambien un poco el nombre pero son lo mismo, ese sueño es la realidad mágica.

¿Cree usted beneficioso que los productos culturales sean difundidos en redes sociales?

Claro que sí pero que se difunda con contenidos reales si tergiversar.

Audiencia ¿Cuáles son los contenidos culturales que tienen más acogida?

Bueno, los contenidos culturales en la actualidad han tenido mayor aceptación lo que yo llamo a la cultura de la consolidación a la contracultura, la desvalorización de las personas la utilización de los niños y las niñas como imágenes comerciales sin respetar su integridad, son grupos vulnerables, llamémoslo así, pero esto les permite estas nuevas formas de Instagram tiktok, Facebook. Hay que respetar esa integridad, no solamente de los niños sino de todas las personas, tenemos que aprender que las redes sociales no deben convertirse en canales de mentira y de insultos mucho menos de desconocimiento a esa particularidad es esencia de la humanidad.

Contenidos ¿A qué tipos de contenidos se debería tomar en cuenta para el fortalecimiento de la identidad cultural?

A los contenidos sociales históricos y antropológicos.

Personajes ¿Qué características debe tener un buen personaje de una historia?

Un buen personaje es que sea que tenga algo en común en su totalidad es decir que encuentre algo en común de todos Eso es un buen personaje alguien que te diga lo que somos lo que debemos hacer y lo que necesitamos fortalecer para seguir siendo.

¿Cómo recomendaría ser presentado el personaje de una historia: en primera persona, segunda persona o en tercera persona?

En tercera persona, y un buen relato.

Anexo 6: Entrevista a Expertos

Entrevista a Voltaire Medina Orellana, Historiador – Ecuador

Tema	Preguntas	Respuestas
Luz Victoria Ribera de Mora	1. ¿Por qué se la debería recordar?	<p>A ella se la debería recordar por el gran papel que jugó en la vida educativa de Machala y de la provincia, porque fue profesora del campo, porque luego fue profesora de una escuela de la ciudad, la escuela católica, luego fue profesora del colegio nacional 9 de octubre, vicerrectora del colegio nacional 9 de octubre luego fue fundadora y rectora del colegio nacional de señoritas Machala</p> <p>Luego fue funcionaria del instituto ecuatoriano de crédito educativo, por lo tanto fue una figura importante para Machala y la provincia además de haber sido presidenta de la Unión Nacional de Educadores y haber luchado por los derechos de los maestros, por lo tanto es una figura gravitante en la vida educativa de la ciudad de Machala</p> <p>Era un personaje admirable que hicieron bien en llamarle a ese Centro de Arte por su nombre y exhibir su figura, lo que es deseable es que ese centro cultural sea más activo con mayor dinamismo porque mientras más hagamos algo en favor de la cultura en ese local que lleva su nombre en ese momento estamos respondiendo al pensamiento lúcido de esta distinguida mujer machaleña.</p>
	2. ¿Se la debería recordar como un personaje emblemático de la Provincia de El Oro?	<p>Desde luego, primero ella era una poeta, segundo una líder del movimiento de las mujeres y luego una brillante oradora, en la ciudad todavía no surge una mujer que en el campo de la oratoria la reemplace a ella, los discursos de ella son de gran valía, de mucha trascendencia, era realmente una mujer brillante, por lo tanto no hay en el campo de la oratoria no hay en Machala figura más prominente que ella.</p>

3. ¿Alguna experiencia con Luz Victoria que hayan compartido?
- Fuimos compañeros de labores en el colegio nacional 9 de octubre, yo era profesor y ella vicerrectora, antes de eso ella fue mi profesora, sus clases de profesora de literatura e historia eran brillantes, documentadas, firmes con una gran convicción de sus ideas y también con una excelente información sobre el desarrollo de la humanidad, era una mujer que hablaba de filosofía, de los grandes personajes de la literatura y de la ciencia, era una maestra que tenía una cultura general muy elevada el año de 1941 los machaleños se vieron obligados abandonar la tierra por la invasión peruana y viajaron a diferentes partes del país, porque los peruanos nos invadieron y se tomaron Machala, cuando doña Luz Victoria salía en una embarcación, desde el puerto de la provincia “Tendales” con un remero saliendo del mar para tratar de llegar a Guayaquil, se produjo el combate naval de Jambelí y ella desde su pequeña embarcación, observó como el cañonero “calderón” (la embarcación) modesta y vetusta de la fuerza marina ecuatoriana derrotaba al almirante Villar, de los peruanos, ella contemplo el combate naval y luego lo trasladó a un poema que llamó canto al combate naval jambelí, es un poema de más de 250 versos y que es un canto épico, el más importante que se haya hecho en homenaje a ese combate, a esa victoria de las fuerzas ecuatorianas, nadie ha hecho un poema de esa calidad, de esa altura, eso por un lado, luego, siendo ella rectora encargada del colegio Nacional 9 de Octubre decidió agradecerle al colegio Guayaquil porque ese colegio el año de 1941 también, abrió sus aulas para que ahí funcione el colegio 9 de Octubre, cuando se cumplía 25 años de haber recibido ese acto generoso del colegio Guayaquil, las autoridades del colegio fuimos a agradecer mediante la colocación de una placa de mármol y la señora Luz Victoria Ribera de Mora, improvisó ahí un discurso extenso de más de una hora de exposición brillante, como resultado de ese gesto de gratitud y como resultado de esa improvisación hay un discurso que es un material muy valioso donde se revela la idea brillante de nuestra distinguida docente.

4. ¿Es importante que en la actualidad los jóvenes conozcan los personajes que forjaron la historia de su ciudad?
- Hay necesidad de saber el pasado, el pasado no lo cambia nadie, el presente se mueve, puede pasar algo, el futuro no sabemos qué va a ocurrir, puede ocurrir una cosa totalmente diferente a la que estamos pensando, pero el pasado está allí ese no cambia, un tractor puede pasar por encima de la ciudad pero el recuerdo queda en la mente de las personas de lo que fue su ciudad, si llega a ocurrir una catástrofe como la que ha ocurrido recientemente en Beirut u ocurrió Hiroshima nagasaki y si quedamos sobrevivientes podremos contar la historia porque ese pasado no lo puede cambiar nadie entonces si está allí y no se lo puede cambiar , hay necesidad de saberlo y conocerlo de establecer de que se trata, tenemos que preguntarnos permanentemente del pasado y para poder saber del pasado hay necesidad de ir a las personas y figuras principales que fueron protagonistas de un hecho que repercute en la vida de nosotros, si usted quiere saber cómo es ese pasado , para saber que hacer mañana, lo importante es descubrir qué personajes intervinieron por eso los personajes no pueden ser olvidados, por eso es que los patricios machaleños sabían que la jornada de la independencia comandadas por Bolívar permitieron la expulsión del imperio, de la monarquía , del gobierno provisio de los españoles, entonces quienes fueron los actores de esas jornadas valientes, Bolívar, Sucre, Páez, en Pichincha, Tarqui, Junín, por eso porque se quiere recordar esos hechos valiosos es que las calles de Machala llevan esos nombres porque son fechas históricas y son personajes importantísimos, la calle Arízaga es en honor al primer gobernador que tuvo la provincia, la calle Manuel Serrano en honor al militar y ciudadano más conspicuo que tuvo machala, primero al hombre para recordarlo, brindar homenaje para agradecerle lo que a hecho por nosotros pueblo. Este pueblo se ha venido construyendo a través de cientos de años.

5. ¿Los personajes emblemáticos forman parte de la identidad cultural?
- Desde luego, si no hay una hazaña como la de Manuel Serrano el 9 de mayo, no hubiera sido tan pronto la revolución liberal, sino hubiera Luz Victoria repartido las becas del estado no se hubieran educado unos cuantos ciudadanos, sino hubiéramos analizado bien la forma geográfica de Puerto Bolívar, no nos hubiéramos preocupado de construir muelles y convertirlo en un puerto importantísimo para la vida nacional, fueron nuestra gente, los ciudadanos a ver donde hacer puerto Bolívar, toda esa gente estuvo trabajando para la construcción de nuestra identidad tanto en el sentido material como en el sentido de mantener las costumbres tradicionales, el comportamiento, conducta, el afán de progreso, las vinculaciones con los grupos étnicos del pasado, todo eso hizo nuestra gente y han contribuido a elevar nuestra vida y a trabajar por nuestra identidad.
6. ¿Con la llegada del internet y redes sociales, es bueno que se den a conocer estos personajes mediante las plataformas que ofrece la web?
- Totalmente de acuerdo, yo todos los días paso escribiendo, retomando la historia y aspiro después de hacer la edición poner en las plataformas digitales los textos que yo escribo para que la gente conozca, para que sepa cuáles son los personajes de Machala, no solamente los grandes, los famosos, los de nombres rimbombantes, no, todos, los personajes populares como el que vendía refrescos, la partera, el panadero, el lechero todo ese material estoy preparando, luego que edite una colección ingresará a una plataforma digital y lo publicaré porque hace falta que la gente conozca, los jóvenes no tienen la culpa de desconocer, ustedes si tienen el interés de conocer las cosas bonitas del pasado, nosotros que no les ofrecemos a ustedes cosas importantes y valiosas para que conozcan, esa es la responsabilidad de nosotros.

7. ¿Se ha ido perdiendo la transmisión de los acontecimientos importantes a través de las generaciones?

A nosotros los machaleños nos pasó algo, nosotros fuimos dependientes de Guayaquil hasta 1884, hasta que no se crea la provincia de El Oro dependíamos de Guayaquil, entonces toda la historia, todo lo que había escrito antes de 1884, las tiene Guayaquil todavía, ya haremos algo por recuperarla, después de 1884 cuando ya tiene autonomía administrativa se comienza a crear la documentación, actas de la historia de Machala y comenzamos a tener nuestra propia historia escrita, vienen los peruanos en 1941 y tratando de imitar lo que Chile le hizo a Perú en la guerra del pacífico donde le destruyeron todos los documentos ocuparon Lima y quemaron la Biblioteca Nacional de Perú, los peruanos trataron de hacer lo mismo acá y destruyeron todo lo que había, en el parque de la plaza Central quemaron nuestra historia los invasores peruanos, entonces en estos momentos estamos haciendo un proceso de recuperación de la historia de Machala, no es fácil porque lo destruyeron y porque en la municipalidad tampoco ha habido un espíritu de conservación de documentos, algo hay pero es muy poco, ahí están las causas de por que nosotros no tenemos una historia más nutrida con mayores elementos era un personaje admirable que hicieron bien en llamarle a ese Centro de Arte por su nombre y exhibir su figura, lo que es deseable es que ese centro cultural sea más activo con mayor dinamismo porque mientras más hagamos algo en favor de la cultura en ese local que lleva su nombre en ese momento estamos respondiendo al pensamiento lúcido de esta distinguida mujer machaleña.

Anexo 7: Entrevista a Expertos

Entrevista a Jorge Procel, Historiador – Ecuador

Tema	Preguntas	Respuestas
------	-----------	------------

Luz Victoria Ribera de Mora ¿Cómo conoció a Luz Victoria?

Mi monografía de colegio fue sobre la poesía de la provincia de El Oro y previo a ello yo hice un índice de autores, es decir hice una especie de catálogo de toda la gente que yo sabía que había escrito, obviamente con la referencia de el año de publicación de la editorial, que aquí nunca hubo pero de todas maneras tenían un pie de imprenta de todos los escritores, poetas y novelistas que hemos tenido , entonces utilice parte de ese índice que había hecho y tenía que leer todo lo que se había publicado y hacer un pequeño resumen de las publicaciones entonces me encontré con un poema más o menos extenso de Luz Victoria Ribera que hablaba sobre un canto, el canto al combate naval de jambelí hay unas cosas muy bonitas, unas imágenes muy hermosas que nos hablaba sobre una machala un poco, selvática en algunas partes imaginense en aquellos tiempos que entraba el ferrocarril abriéndose paso entre las ramas y los monos aullando espantados hasta que llegaba al puerto a desembarcar los racimos de banano, entonces más o menos antes de eso sucede lo de la invasión peruana y me atrajo mucho una imagen que ella utiliza ahí sobre Machala de esa manera, una ciudad silenciosa de pronto fue invadida de pronto le cayeron bombas de pronto fue incendiada y la gente que estaba en la hora del almuerzo no sabía para donde ir y la gente salía como loca se agarraban de las manos de sus hijos, esposa y salían abriéndose paso vía la primavera para viajar a pie a guayaquil y eso ella lo recoge y yo más o menos ya había seguido el rastro de los testimonios de los que vivieron la invasión del 41 porque aquí los peruanos hicieron cuartel general en el colegio 9 de Octubre, aquí los peruanos se tomaron el palacio municipal e incendiaron todos los archivos y aquí durante algunos meses a lo que ellos llaman la plaza de armas lo que es el parque central cantaban el himno nacional e izaban la bandera peruana , eso vivió la ciudad de Machala y entonces todo eso ella lo vio, yo solamente me emociono de haberla leído pero ella lo vio, ella lo vivió, entonces eso me atrajo muchísimo cuando yo comenzaba a hacer eso, yo ya era un hombre adulto entonces los rastros patrimoniales del recuerdo, entonces la busqué nadie sabía prácticamente donde ella vivía porque originariamente ella vivía aquí en la nueve de mayo y 9 de octubre ahí ella tenía una casa donde ahora hay un local de compra y venta de oro, eso era de ella y ahí había una librería no se si sería de ella pero yo recuerdo que ese era el único lugar donde se podían comprar libros

que no sean libros de colegio de aquí la ciudad. Cuando yo comienzo a preguntar sobre esto, por ella y casi nadie sabía porque una vez que vendió su casa la señora se retiró y nadie más supo de ella, me dijeron que se había hecho testigo de jehová, adventista, yo lo que supe de ella, la verdad es que era de izquierda y que había militado en el partido socialista entonces siendo de izquierda y que sea testigo de jehová era una cosa así como que se arrepentía toda su vida de ser una mujer rebelde, entonces alguien me dio un dato y la encontré, no me quiso dar la entrevista, tuve que rogarle como nunca le había rogado a una mujer tuve que estar tres días insistiendo hasta que al final logró salir porque se negaba, había una persona que creo que era el hijo que supuestamente la iba a llamar y después que no que estaba enferma que venga mañana, al día siguiente que no quiere dar la entrevista al tercer día yo la encuentro y estaba realmente un poquito mal, entonces yo le digo que es importante que comunique lo que ella ha vivido entonces ella lo dijo, que se arrepentía de algunas cosas y por lo tanto no quería que la gente sepa de ella entonces yo le dije eso es un poco egoísta, porque la gente la tiene como una heroína que es referencial de la ciudad y que usted se vaya silenciosa no me parece justo, entonces al fin y al cabo logré convencerla yo fui por la mañana, y para la tarde ya la fui a entrevistar y me contó algunas cosas que están publicadas en el periódico eso tiene que estar mas o menos del 1992 al 1994 en ese periodo yo publicaba los perfiles, que eran los testimonios de la gente sobre su vida, todos tienen algo que decir, usted puede hacer una obra maestra de lo que alguien le diga pero no por lo que le dijo únicamente alguien porque inclusive la persona que vino aquí a pedir algo si está bien escrita su vida, esa sería una historia fantástica pero si está mal escrita de nada vale que esta persona que pudo haber salvado al mundo y que ahora está viviendo en estas condiciones lo haya vivido o lo haya hecho, entonces ese era mi propósito, cuando yo comencé a escribir los perfiles yo tenía dos cosas, una: convencido de que todas las personas tienen algo que decir y que las cosas que yo comunicaba tenían que causar un placer o un odio entonces mi pelea era entre la verdad y el estilo, por lo tanto decir la verdad pero con estilo, entonces logré que la señora me hable y ahí me comentaba y ahora estas cosas están publicadas en el periódico, se llamaba los perfiles de 1992 entre 1995 y ahí me dijo ella que ciertamente había sido socialista, hubo un tiempo en el que “andaba por los

techos” en palabras de Luz Victoria entonces yo le pregunté ¿cómo? a lo que me contestó: lo que pasa es que en esos tiempos de la dictadura había un coronel, que era la autoridad y había que pelear por los derechos de los trabajadores y ella como era socialista, lo había desafiado porque las cosas no se hacían esperar, las cosas se las decían en la cara entonces él la había mandado a perseguir ella tuvo que realmente esconderse hasta que alguien le dijo quién era ella diciéndole que ella era una mujer muy considerada muy valiosa que no podía meterse así nomás con ella y que no espere que la gente se quede tranquila porque si alguien la tocaba a ella la gente iba a brincar, aquí yo no creo que otra mujer después de ella haya gozado del prestigio ni del cariño como ella lo fue. A ella tanto la quería la gente y sus estudiantes que la mencionan como educadora de juventudes, una especie de ejemplo para futuras generaciones porque era una mujer valiente, decidida porque ella no le temblaban las piernas para decir las cosas en plena dictadura militar que inclusive le tocó vivir

¿Cómo
caracteriza?

la De alguna manera ella era la educadora de juventudes porque era un tiempo de dictadura militar donde desaparecen a la gente, pero aquí la gente la respetaban, la querían la veían como una especie de autoridad en muchas cosas de hecho ella tenía la librería que era una especie de prometeo para que la gente vea la luz porque era la única librería que vendía literatura porque las librerías que teníamos acá solo vendían libros de texto para el colegio y la escuela entonces yo creo que fue una mujer valiente que le dijo en aquellos tiempos sus verdades a quien tenía que decirles como fue al militar que alguna vez intentó avasallarla, intentó empujarla y ella tuvo que decirle sus verdades.

¿Por qué se la
debería recordar?

Un homenaje que le hizo el alcalde, el homenaje que le puede hacer la ciudad es cuando la gente conozca de sus obras, lo que escribió que buena o mala es importante que la gente la conozca y e homenaje que le hizo el alcalde está mal hecho porque ella que fue una mujer de izquierda, una mujer luchadora, una mujer liberal ella que luchó tanto por los derechos de la mujer y que se divorció, el edificio que supuestamente lleva su nombre, añadido el apellido del esposo después de muerta cuando ella ya estaba divorciada, entonces a que es homenaje, a partir de esto se debe cuestionar.

¿Es importante que en la actualidad los jóvenes conozcan los personajes que forjaron la historia de su ciudad?

Yo creo que sí, porque aunque uno puede ser del lugar que uno quiera de todas maneras la memoria histórica, la memoria patrimonial es la que nos da la característica de humanos y lo que nos identifica y lo que nos hace legítimos conforme a nuestra vida porque todo el mundo es orgulloso de su lugar, por ejemplo James Joyce escribe su obra más grande stream of consciousness y a parte Ulises, y es la historia sobre un pueblo y ese pueblito lo hace universal, Macondo que es una ficción y es un pueblo rural es universal y así en muchas cosas de la literatura universal son leyendas de pueblos pequeños y que son la características de las culturas de estos lugares de su literatura y su arte entonces Jorge Icaza tiene una obra huairapamushcas que significa los hijos del viento de los mestizos que no se sabe si son blancos o son indios y depende del viento donde los lleve entonces yo no creo que eso sea legítimo de una persona porque es tan derecho como tener un nombre o apellido como saber quien es tu madre o tu padre, saber cómo fue la gente donde has nacido o dónde estás viviendo entonces eso es lo que le ha hecho falta aquí porque las autoridades, administradores de la Provincia creen que la cultura está en cualquier parte en algún museo de París en alguna galería de Nueva York y no aquí mismo, creen que la naturaleza está en Natgeo y no aquí en el Guaila que está pudriéndose, entonces hay un deseo de no ver que tienes los pies aquí llenos de barro y ver la casa del vecino imaginarte que el vecino vive mejor que tu cuando la tuya puede ser mejor que la de ninguno, cuando solo tienes que barrer y levantarla un poco.

¿Ha escuchado o visto alguno de los poemas de Luz Victoria?

El canto naval es un poema largo que fue publicado originalmente por la misma casa de la cultura creo que es el poema más largo que se ha escrito aquí en la ciudad y su obra ha sido dispersa, la gente antes publicaba un poemita y los sacaban al periodico entonces ahí algunos pudieron recolectar eso y luego la casa de la cultura y cuando se hicieron miembros de la casa de la cultura se hicieron de fama las vacas sagradas entonces lograban publicarlo de lo que conozco son poemas sueltos, pero el que más me agradó fue el canto naval de jambelí, ahora esta mujer ya era de edad y la casa de la cultura estuvo siendo presidida por Colón Tinoco Pineda, fue presidente por 20 años en la casa de la cultura y él pensaba que ya debía morir ahí y hubo una gente entre el 87, 85 y 84 que se tomó la casa de la cultura porque querían cambios porque solo se manejaban entre ellos, publicaban cualquier cosita para la foto y salían con trajes muy elegantes, terminaba el evento y no pasaba nada y los libros se quedaban ahí mismo en la misma casa de la cultura y no se difundió entonces ese fue un movimiento cultural posterior al del frente del rescate de la cultura y a mí me consta que la señora Luz Victoria, cuando se enteró de eso pese a que ella también era miembro de la casa de la cultura frenteó a los demás miembros de la casa de la cultura para reconocerles a los jóvenes sus derechos porque Colón Tinoco con toda la demás gente querían meterlos presos trajeron a la policía cuando eran gente que escribían, eran poetas, cuando eran escritores y que ya tenían reconocimiento nacional pero vivían aquí y en la casa de la cultura se publicaban entre ellos lo que en ese tiempo se decía, las vacas sagradas entonces llegó la policía, yo recuerdo que fui una tarde y también me quedé ahí porque yo era muchacho todavía entre el 84 o 85 y me tocó ver que esa noche llegaba la policía y nos iban a desalojar pero los policías trataban de reprimir a los poetas que estaban ahí reclamando para que también los publiquen entonces Luz Victoria tuvo una actitud bien decidida de apoyar a los jóvenes, también tengo entendido que ella apoyó a los que se tomaron el teatro municipal en ese tiempo el teatro municipal fue alquilado a otras personas y aquí proyectaban películas pornográficas siendo del municipio, la gente joven de ese entonces que había viajado que había leído, que había escrito, que salía en obras de teatro que hacía música, de pronto reaccionaron y dijeron eso es propiedad del municipio que tienen que estarse proyectando ese tipo de

cosas, fueron y se lo tomaron y con ello hicieron frente de rescate de la cultura, entonces la señora Luz Victoria participaba de todas las locuras de los jóvenes tratando de conseguir un espacio.

¿En la actualidad es importante que la historia de un pueblo se conozca a través de plataformas digitales ?

Claro que sí y todo hay que hacerse todavía, aquí en Machala estamos acostumbrados a decir que todo está por hacerse porque por más que hagamos aún hay mucho más por hacer y en realidad todas las cosas que se han hecho, se han hecho por iniciativa propia ha sido poco lo que hasta ahora se ha hecho entonces la gente ha hecho muy poco y solo lo ha hecho con sus propio esfuerzo.

Anexo 8: Entrevista a Margarita Samaniego - Bibliotecaria CCE

Tema	Preguntas	Respuestas
Luz Victoria Ribera de Mora	¿La gente va a consultar escritos sobre Luz Victoria Ribera de Mora?	En realidad a veces son personajes que la gente olvida pero por sacar a la Luz esos personajes como lo fue la brillante Luz Victoria “luchita” la llamaban cariñosamente yo también tuve el gusto de conocerla a ella ya cuando estaba por decirlo así en sus últimos años y como por ejemplo lleva el centro de arte municipal el nombre de ella pues la gente iba a revisar qué es lo que había hecho, cuando les envías del colegio a investigar de autores de El Oro pues lógicamente también es consultada, cuando en este caso de la Universidad realizan proyectos que involucran a los autores orenses, entonces ahí es cuando salen a relucir estas personas que en realidad han hecho muchísimo por nuestra provincia y nuestro cantón, entonces es así, cuando se necesita consultar en este caso ustedes también necesitan información entonces tienen que recurrir a un centro de información, las bibliotecas porque ahí donde se puede encontrar la información, bibliotecas particulares son muy importante para desarrollar estos temas como el de ustedes, por eso también son todos estos proyectos para tener esas informaciones y personas que les interese la investigación más que todo porque nosotros también poseemos en la Casa de la Cultura un archivo de Hemeroteca donde tenemos archivos de periódicos, el más antiguo que tenemos es el Nacional a partir de 1974.

¿Cuenta la biblioteca de la Casa de la cultura con archivos de sus poemas?

A parte del Canto a Combate Naval de Jambelí hay un libro solo con poemas dedicados a Machala y aquí también hay un poema que ella lo escribe se llama “Canto a Machala”

Yo la conocí a ella cuando ya no ejercía ningún puesto, si iba a la Casa de la Cultura cuando la invitaban a los eventos pero para ese entonces la acompañaba uno de sus hijos que cuidaba de ella más o menos cuando estaba Mary Inés de Ugarte de presidenta de la Casa de la Cultura más o menos en 1992 que todavía asistía a eventos de la Casa de la Cultura, más tarde ya por su estado de salud ya no podía asistir y se le enviaba las invitaciones pero ella ya no asistía y si tal vez fue, fueron muy pocas veces.

¿Cómo caracterizaría a Luz Victoria Ribera de Mora?

Ella fue una dama muy luchadora, combativa, honesta y más que todo una ejemplar maestra porque las personas que han pasado por la educación que ella les ha sabido dar, como todos los profesores antiguos que son muy valerosos y han sabido enseñar, pues antes a los profesores se les tenían un respeto y se podía saborear un poco como se le puede decir la educación porque ahora ya solo es enseñanza, ya no hay educación yo creo que eso ya se va perdiendo en los hogares, antes el profesor iba a su aula y todos los alumnos callábamos, saludábamos y los respetamos, ella más que todo era una ejemplar maestra, impartiendo muchos conocimientos, valores, lo que puede enseñar un profesor, fue un ejemplo para todas las generaciones que la conocieron y estar cerca de ella y aprender de lo valerosa que fue.

¿Considera que el cantón debería rendirle honor por su labor?

Claro por eso las felicito por que es la única forma de que las personas se lleguen a enterar de qué valientes, qué trayectoria han tenido cada uno de ellos porque alguien que no la conoce dirá, fue maestra y por eso le pusieron el nombre al centro de arte municipal pero con estos eventos que ustedes están haciendo llegará muchas cosas más y que sean ustedes los portadores de que toda la juventud y sobre todo los oreñenses sepan quien fue Luz Victoria Ribera de Mora.

Anexo 9: Entrevista con Cira Fernández - Doctora en filosofía

Tema	Preguntas	Respuestas
Luz Victoria Ribera de Mora	¿La gente va a consultar escritos sobre Luz Victoria Ribera de Mora?	En realidad a veces son personajes que la gente olvida pero por sacar a la Luz esos personajes como lo fue la brillante Luz Victoria “luchita” la llamaban cariñosamente yo también tuve el gusto de conocerla a ella ya cuando estaba por decirlo así en sus últimos años y como por ejemplo lleva el centro de arte municipal el nombre de ella pues la gente iba a revisar que es lo que había hecho, cuando les envías del colegio a investigar de autores de El Oro pues lógicamente también es consultada, cuando en este caso de la Universidad realizan proyectos que involucran a los autores orenses, entonces ahí es cuando salen a relucir estas personas que en realidad han hecho muchísimo por nuestra provincia y nuestro cantón, entonces es así, cuando se necesita consultar en este caso ustedes también necesitan información entonces tienen que recurrir a un centro de información, las bibliotecas porque ahí donde se puede encontrar la información, bibliotecas particulares son muy importante para desarrollar estos temas como el de ustedes, por eso también son todos estos proyectos para tener esas informaciones y personas que les interese la investigación más que todo porque nosotros también poseemos en la Casa de la Cultura un archivo de Hemeroteca donde tenemos archivos de periódicos, el más antiguo que tenemos es el Nacional a partir de 1974.

¿Cuenta la biblioteca de la Casa de la cultura con archivos de sus poemas? A parte del Canto a Combate Naval de Jambelí hay un libro solo con poemas dedicados a Machala y aquí también hay un poema que ella lo escribe se llama “Canto a Machala”

Yo la conocí a ella cuando ya no ejercía ningún puesto, si iba a la Casa de la Cultura cuando la invitaban a los eventos pero para ese entonces la acompañaba uno de sus hijos que cuidaba de ella más o menos cuando estaba Mary Inés de Ugarte de presidenta de la Casa de la Cultura más o menos en 1992 que todavía asistía a eventos de la Casa de la Cultura, más tarde ya por su estado de salud ya no podía asistir y se le enviaba las invitaciones pero ella ya no asistía y si tal vez fue, fueron muy pocas veces.

¿Cómo caracterizaría a Luz Victoria Ribera de Mora?

Ella fue una dama muy luchadora, combativa, honesta y más que todo una ejemplar maestra porque las personas que han pasado por la educación que ella les ha sabido dar, como todos los profesores antiguos que son muy valerosos y han sabido enseñar, pues antes a los profesores se les tenían un respeto y se podía saborear un poco como se le puede decir a la educación porque ahora ya solo es enseñanza, ya no hay educación yo creo que eso ya se va perdiendo en los hogares, antes el profesor iba a su aula y todos los alumnos callábamos, saludabamos y los respetamos, ella más que todo era una ejemplar maestra, impartiendo muchos conocimientos, valores, lo que puede enseñar un profesor, fue un ejemplo para todas las generaciones que la conocieron y estar cerca de ella y aprender de lo valerosa que era.

¿Considera que el Cantón debería rendirle honor por su labor? Claro por eso las felicito por que es la única forma de que las personas se lleguen a enterar de qué valientes que trayectoria han tenido cada uno de ellos porque alguien que no la conoce dirá, fue maestra y por eso le pusieron el nombre al centro de arte municipal pero con estos eventos que ustedes están haciendo llegará muchas cosas más y que sean ustedes los portadores de que toda la juventud y sobre todo los oreñenses sepan quien fue Luz Victoria Ribera de Mora.

Anexo 10: Guión literario de Micro cápsulas

Guión de Microcápsula Luz de Oro

Fondo	Fondo Musical	Descripción	Descripción	Tiempo
Animación Luz Victoria	Venga conozca El Oro	-----	-----	12 seg
Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Conocí a Doña Luz Victoria Ribera de Mora, porque fue maestra, en el colegio Nacional 9 de Octubre	12 seg
Imagen antigua del Colegio 9 de Octubre	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Colegio Nacional 9 de Octubre, ella a parte de su materia e	4 seg
Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Era una mujer realmente que había que mirarla a sus ojos y tener los oídos bien atentos porque cada palabra, cada exposición de ella, era novedoso e importante porque no solo nos ayudaba a formarnos intelectualmente sino también guías para la vida. Y con el tiempo salimos del colegio, ella siguió trascendiendo, una de las fundadoras de (UNE), directora del IECE	50 seg

Imagen de personal docente de la Escuela de Señoritas Machala	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Funcionaba en el edificio Municipal y donde nosotros, los estudiantes que estábamos en la Universidad, ella nos daba créditos para seguir estudiando	4 seg
Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Fue un trabajo extraordinario, ayudó a muchos que éramos de escasos recursos económicos, pero con ese aporte nosotros logramos seguir estudiando	20 seg
Imagen del discurso pronunciado por Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Cuando ella intervenía en los discursos del orden, era extraordinario escucharla	9 seg
Imagen de desfile por fiestas de Machala, Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Nadie se escuchaba porque era tan interesantes sus charlas	5 seg
Imagen de acto solemne en el Colegio Ciudad de Machala	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Que a todo al auditorio que participaba, sacamos mucho provecho	4 seg
Imagen, Casa de Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Ella trabajó mucho por Machala, quiso mucho a Machala	5 seg
Imagen, centro de Machala	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Ese amor no solo era por ser Machala sino que	6 seg
Imagen frontal, casa de Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Alberto Chávez	Nació en el centro de Machala	4 seg

Matriz: Autoría propia

Guión de Microcápsula Luz Orense

Fondo	Fondo Musical	Descripción	Descripción	Tiempo
-------	---------------	-------------	-------------	--------

Animación Luz Victoria	Venga conozca El Oro	-----	-----	12 seg
Archivos de Pan y Paz 1960 (marcha de mujeres)	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Luz Victoria Rivera de Mora entra en un periodo que estaba en su máxima expresión de liberalismo, en el Ecuador, ya había conseguido algunos derechos para las mujeres	18 seg
Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	El ingreso en los planteles de estudio, el derecho al divorcio, al matrimonio civil, han sido importantes para nuestro país	10 seg
Archivos de Pan y Paz en 1979	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Y para nosotras las mujeres	2 seg
Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Cuando luz Ribera de Mora entra como maestra de primaria	3 seg
Archivos de Pan y Paz en 1979	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Se forma la primer asociación femenina que se llama en el Ecuador	6 seg
Archivo de Machala antigua	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Tenemos a distinguidas mujeres que están incursionando ya en la política y que no quieren estar subordinadas a la figura del hombre	9 seg
Entrevista	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Las mujeres somos las que hemos recibido mayores inequidades en educación, trabajo, economía, entonces nosotros no hemos tenido igualdad con los hombres. Luz Victoria una mujer que abrazó el socialismo y en concepción de esa lucha	52 seg

			ella entabla todo su en la provincia, ella también fue perseguida y sancionada por sus ideas, a pesar de que ya teníamos con el viejo luchador, la libertad de pensamiento	
Archivo de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Ella tenía ideas laicistas, marxistas entonces a ella tenían que quitarla porque reclamaba los derechos	6 seg
Imagen, liberalismo	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Entonces a ella tenían que quitarla porque reclamaba los derechos	2 seg
Imagen, desfile en el parque los héroes, Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Buscaba equidad	4 seg
Imagen, acto solemne en el Colegio Señoritas Machala	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Y eso no convenía a las personas en ese entonces	5 seg
Archivo de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Cira Fernández	Las mujeres aunque a veces en el anonimato hemos tenido que lograr duras batallas para obtener un espacio social	10 seg
Cierre Orotopía	-----	-----	-----	8 seg

Matriz: Autoría propia

Guión Microcápsula Luz Victoria

Fondo	Fondo Musical	Descripción	Descripción	Tiempo
Animación Luz Victoria	Venga conozca El Oro	-----	-----	12 seg
Archivos de Ecuador en	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	Cuando doña Luz Victoria salía en una embarcación,	6 seg

1960			desde el puerto de la provincia “Tendales”	
Archivo del conflicto entre Ecuador y Perú en 1941	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	Con un remero saliendo del mar para tratar de llegar a Guayaquil, se produjo el combate naval de Jambelí y ella desde su pequeña embarcación, observó como el cañonero “calderón” (la embarcación) modesta y vetusta de la fuerza marina ecuatoriana derrotaba al almirante Villar, de los peruanos, ella contemplo el combate naval y luego lo trasladó a un poema que llamó canto al combate naval jambelí, es un poema de más de 250 versos y que es un canto épico, el más importante	57 seg
Toma del folleto Canto al combate Naval de Jambelí	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	Con un remero saliendo del mar para tratar de llegar a Guayaquil, se produjo el combate naval de Jambelí y ella desde su pequeña embarcación, observó como el cañonero “calderón” (la embarcación) modesta y vetusta de la fuerza marina ecuatoriana derrotaba al almirante Villar, de los peruanos, ella contemplo el combate naval y luego lo trasladó a un poema que llamó canto al combate naval jambelí, es un poema de más de 250 versos y que es un canto épico, el más importante, era una poeta y luego una brillante oradora	19 seg

Archivos de Ecuador en 1960	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	En la ciudad todavía no surge una mujer que en el campo de la oratoria la reemplace a ella	8 seg
Imagen del discurso pronunciado en Guayaquil, Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	Los discursos de ella son de gran valía.	8 seg
Imagen de Inauguración del Centro de Arte Municipal, Luz Victoria Ribera de Mora	Instrumental	Entrevista Voltaire Medina	De mucha trascendencia, era realmente una mujer brillante	4 seg
Cierre Orotopía	-----	-----	-----	8 seg

Matriz: Autoría propia

Guión Microcápsula Luz Victoria Ribera de Mora

Fondo	Fondo Musical	Descripción	Descripción	Tiempo
Animación Luz Victoria	Venga conozca El Oro	-----	-----	9 seg
Animación máquina de escribir	efecto máquina de escribir	-----	-----	6 seg
Entrevista	Instrumental	-----	-----	18 seg
Entrevista	Instrumental	Comerciante Laura Bustos	Una mujer muy sencilla, muy correcta, una mujer honorable, las palabras quedan cortas para describir lo que ella se merece, una mujer muy muy buena, era una dama, era una mujer que	

			entraba y saludaba con que cultura con que educación	
Entrevista	Instrumental	Guardia de seguridad Antonio Quevedo	Era una excelente educadora, sociable, bien amable con todas las personas	7 seg
Entrevista	Instrumental	Bibliotecaria Margarita Samaniego	Luchadora, combativa, honesta y más que todo una ejemplar maestra	10 seg
Entrevista	Instrumental	Escritor Alberto Chávez	Ella luchó mucho por sus hijos, el amor a su familia, a su ciudad y luego el amor que le tuvo a lo que hacía	8 seg
Entrevista	Instrumental	Técnico en Patrimonio José María Castro	Dejó un camino que lo pueden seguir muchas personas, tratando de asemejarlo	6 seg

Matriz: Autoría propia

Anexo 11: Guión literario de corto documental

TÍTULO	PRODUCTORA	FECHA	VERSIÓN	PÁG
Luz Victoria- Luz de Oro, Luz Orense, luz Victoria	Evelyn Cedeño	9 de noviembre de 2020	1	1
Número de Bloque				
		Locación	Día/ Noche	
		Exteriores	Día	

BLOQ	TÍTULO	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN	TOTAL
1	Entrevista	Historiador Voltaire Medina	20 seg	

2	Discurso	<p>Discurso pronunciado por Luz Victoria en 1966</p> <p><i>Hacer reminiscencia de la tragedia de 1941, es abrir nuevamente la honda herida que lleva sangrante el corazón de la Patria y de cada ecuatoriano.</i></p>	13 seg	
3	Voz en off	<p>Luz Victoria Ribera de Mora, más conocida como “doña luchita” un personaje trascendental en la historia de Machala, considerada como una dama que entregaba todo por su amada ciudad, sabiendo destacarse en el ámbito educacional como poetisa y líder, pero ¿qué es lo que hace traer a la memoria de los ciudadanos los recuerdos de su gran trayectoria?</p>	24 seg	
4	Entrevista	<p>Comerciante</p> <p>Laura Bustos</p>	1 min 30 seg	
5	Voz en off	<p>Luz Victoria Ribera de Mora, nace un 7 de diciembre de 1914, en una de las primeras casas de la ciudad, ubicada en la calle 9 de mayo y 9 de octubre (actualmente la avenida 25 de junio), donde vivió hasta el año de 1990 tiempo en el que tuvo que vender su propiedad.</p>	21 seg	
6	Entrevista	<p>Escritor</p> <p>Alberto Chávez</p>	38 seg	
7	Voz en off	<p>El amor que tenía por la poesía y las letras fueron notables desde muy pequeña, a sus 7 años de edad ya había escrito su primer poema dedicado a la Virgen, pero fue en 1941 cuando ella fue testigo del gran avasallamiento de los peruanos en tierras oreñas, donde después de haber visto aquellos acontecimientos escribió el Canto al Combate Naval de Jambelí, uno de sus más significativos poemas</p>	29 seg	

8	Entrevista	Historiador Voltaire Medina	2 min	
9	Voz en off	Sus primeros pasos en la docencia se vieron forjados después de haber culminado sus estudios secundarios en el colegio 9 de octubre, ingresó al magisterio primario en abril de 1938, habiendole otorgado el cargo a misionera de la educación en las escuelas fiscales de la ciudad, A causa de aquel despojamiento, denominado “guerra del 41” el 29 de enero de 1942 por causa de la invasión peruana, se vio obligada a salir de su ciudad natal junto con familias enteras, en un discurso pronunciado el 29 de julio de 1966, agradeció al colegio que la acogió para seguir sus funciones como docente y la ciudad de Guayaquil por el albergue que les ofrecieron a los orenses	48 seg	
10	Fragmento	Discurso pronunciado en Guayaquil en 1966 por Luz Victoria Ribera de Mora <i>Centenares de familias orenses de toda condición social, buscamos el tibio albergue que nos ofreció esta noble ciudad de Guayaquil donde muchas personas continuamos trabajando en las funciones públicas que desempeñamos en nuestra tierra, como sucedió con los maestros de todos los niveles quienes recibimos la orden ministerial de reiniciar nuestras labores de docentes en las escuelas y colegios de las ciudades y sitios aledaños, donde hicimos entrega de nuestras capacidades con la misma abnegación y amor que lo hacíamos con los niños y jóvenes orenses</i>	36 seg	
11	Entrevista	Doctora en Filosofía Cira Fernández	1 min 33 seg	
12	Voz en Off	En 1955 el señor Carlos Verdaguer, alcalde de aquel entonces, la nombró Inspectora de	20 seg	

		Educación Municipal con aquel designio de formar estudiantes con gran amor por sus valores cívicos, sin embargo por su fuerte determinación laicista se vio obligada a renunciar durante el régimen derechista. En 1955 el señor Carlos Verdaguer, alcalde de aquel entonces, la nombró Inspectora de Educación Municipal con aquel designio de formar estudiantes con gran amor por sus valores cívicos, sin embargo por su fuerte determinación laicista se vio obligada a renunciar durante el régimen derechista		
13	Entrevista	Técnico en Patrimonio José María Cabrera	21 seg	
14	Voz en off	En 1963 Luz Victoria, desempeñó la Vicepresidencia de la Casa de la Cultura, Núcleo de El Oro. Con esta ubicación estimuló las letras nacionales, valorando a los hombres, rindiendo culto a la verdad y perpetuando el valor espiritual de cada valiente	18 seg	
15	Entrevista	Bibliotecaria Margarita Samaniego	1 min 12 seg	
16	Voz en off	Formó parte del grupo gestor para la creación de la Universidad Técnica de Machala, para después de un tiempo, durante los años 1960 a 1969, cumplir con el propósito de ser docente de Literatura en el colegio 9 de Octubre, ocupando el cargo de rectora en reiteradas ocasiones por ausencia del titular, incansable en su pasión como educadora, ejercicio la presidencia de UNE (Unión Nacional de Educadores) de la provincia de El Oro, cumpliendo y luchando junto a quienes abrazan la docencia como lo hizo ella, cuando cumplía en su deber como docente, la solicitaron por parte del Ministerio de Educación en 1969 para que un nuevo colegio resurja la luz de la enseñanza en Machala y para Machala, el colegio de señoritas con el	1 min 08 seg	

		nombre de la ciudad, cubierto con la luz brillante de la inspiración de una Maestra; con la virtud de su espíritu selecto que se había entregado a la educación de los hijos de Machala; con una voz llena de esperanza que confortaba el alma y con la dirección de una mano que sabe guiar los primeros pasos de una juventud sedienta de saber.		
17	Entrevista	Historiador Voltaire Medina	1 min 04 seg	
18	Voz en off	Asimismo, durante varios años, la Señora Ribera de Mora, ha ejercido la Presidencia de UNE Provincial de El Oro, satisfaciendo los anhelos y aspiraciones de la clase, con el calor de su espíritu justiciero y ecuánime, de su lealtad y cariño a los Maestros. Cuando cumplía su misión de educadora en el Colegio "Nueve de Octubre", fue requerida por el Ministerio de Educación, para que organice el nuevo Colegio de Señoritas, que se creaba durante el año 1969. Fue también la Sra. Ribera de Mora, Miembro activo del Grupo Cultural "Amanecer", que hizo época de manifestaciones en el espíritu del ámbito orense.	42 seg	
19	Entrevista	Guardia de seguridad	21 seg	
20	Voz en off	Concurrió en unión de otras distinguidas mujeres, al Congreso de Unión Nacional de Mujeres Ecuatorianas, realizado en Guayaquil en el mes de Julio de 1970, Certamen Nacional en la que fue elegida Vicepresidenta del Congreso. Fue la primera concejala de la ciudad y años más tarde, cuando Luis Alberto León asumió la alcaldía por cuatro meses, se convirtió en la primera Alcaldesa que ha tenido Machala en su historia. Fue la primera concejala de la ciudad y años más tarde, cuando Luis Alberto León asumió la alcaldía por cuatro meses, ha sido la primera mujer que	52 seg	

		<p>ha desempeñado, por varias ocasiones, la función de Alcalde.</p> <p>Fue el 10 de septiembre de 2011, que Luz Victoria Ribera de Mora falleció a consecuencia de un paro respiratorio, siendo una de las mujeres más ilustres que ha nacido en la tierra machaleña, murió tras meses de afectaciones en su salud y que recayó gravemente 10 días después, cuando el hijo que la cuidaba falleció producto de un paro cardíaco</p> <p>La escritora de poemas, educadora, líder política y formadora de mujeres emprendedoras ha dejado marcada, cada logro y cada fortaleza en la ciudad de Machala.</p>		
20	Entrevista	<p>Doctora en Filosofía</p> <p>Cira Fernández</p>	10 seg	
21	Voz en off	Machala es Luz Victoria Ribera de Mora.	4 seg	

Matriz: Santiago Carpio Valdez.

Anexo 12: Guión para Podcast

Título	Canto al Combate Naval de Jambelí	Efecto	Descripción	Tiempo
Fragmento 1		Fondo musical	<i>Un silencio de la muerte aprisiona el paisaje...</i>	3 min 55 seg
Fragmento 2		Fondo musica	<i>Todos la abandonan, los que ayer se dijeron hermanos, indolentes dejan que en ella se ensañe el brutal invasor...</i>	2 min 19 seg
Fragmento 3		Fondo musical	<i>Y en ese caos de dolor y angustia, en esa avalancha de seres humanos dispersados por todas rutas...</i>	2 min 25 seg

Fragmento 4	Fondo musical	<i>Cada vez más cercana se escucha el golpear del oleaje reventando en los bajos, de pronto extasiados los ojos contemplan...</i>	2 min 5 seg
Fragmento 5	Fondo musical	<i>Como sombra fantasmal que se proyecta sobre el límpido azul del firmamento, procedente del sur viene una nave...</i>	2 min 23 seg
Fragmento 6	Fondo musical	<i>El reto del gigante no tarda en contestar al barquichuelo, que en maniobra suicida el andar acelera...</i>	2 min 20 seg
Fragmento 7	Fondo musical	<i>Invencibles, enhiestos, firmes como un dolmen. MORAN VALVERDE y sus bizarros hombres, luchan, contra atacan, se defienden...</i>	2 min 31 seg

Matriz: Autoría propia

Título	Cuentos	Efecto	Descripción	Tiempo
Luz líder		Fondo musical	<i>Como olvidarlo, era el mejor de los tiempos, o quizá el peor para algunos...</i>	3 min 03 seg
Luz docente		Fondo musica	<i>Nací en vísperas de la navidad de 1914...</i>	2 min 21 seg
Luz Poeta		Fondo musical	<i>Me han conocido como doña luchita, una mujer con pulcritud de sus sentimientos...</i>	2 min 30 seg

Matriz: Autoría propia

Título	Poemas a Machala	Efecto	Descripción	Tiempo
Soneto a Machala		Fondo musical	<i>A la sombra de tus huertos frutecidas, custodiada por gráciles palmeras...</i>	2 min 06 seg
Canto a Machala		Fondo musica	<i>Salud, noble ciudad, la más hermosa con júbilo ...</i>	1 min 13 seg

Matriz: Autoría propia

Título	Discurso	Efecto	Descripción	Tiempo
El Ecuador y su sacrificio ante América		Fondo musical	<i>En esta hora solemne cuando el espíritu bate sus alas invisibles para remontar infinitos...</i>	29 min 36 seg

Matriz: Autoría propia

Anexo 13. Memoria fotográfica de entrevistas

WILSON BACACELA ALTAMIRANO - GESTOR CULTURAL DE LA UTMACH



LAURA BUSTOS - CONOCIÓ A LUZ RIBERA DE MORA



ENTREVISTAS ESCRITAS A LOS MORADORES CERCA DEL CENTRO DE ARTE Y CULTURA LUZ VICTORIA RIBERA DE MORA



ENTREVISTAS POR ZOOM - MARGARITA SAMANIEGO - BIBLIOTECARIA CCE



ENTREVISTA POR ZOOM - CIRA FERNÁNDEZ - DOCTORA EN FILOSOFÍA



ENTREVISTA POR ZOOM - GERMAN ATOCHA - COMUNICADOR RADIAL



ANDREA MONS - COMUNICADORA VISUAL - CHILE



ÁNGELES BRITOS - COMUNICADORA DIGITAL - CHILE



PABLO CASTILLO - COMUNICADOR AUDIOVISUAL - ESPAÑA



JORGE PROCEL - HISTORIADOR MACHALEÑO



JOSE CABRERA - TÉCNICO DE PATRIMONIO CULTURAL DEL GAD MUNICIPAL DE
MACHALA



VOLTAIRE MEDINA - HISTORIADOR MACHALEÑO



ALBERTO CHÁVEZ - ESCRITOR



ANTONIO QUEVEDO - CONOCIÓ A LUZ RIBERA DE MORA



LUZ ANGÉLICA- CONOCIÓ A LUZ VICTORIA RIBERA DE MORA



Anexo 12. Reportajes publicados en Diario Correo

reportaje

Machala, Ecuador • Viernes 20 de septiembre de 2007
www.diariocorreo.com.ec

“Doña Luchita”, el recuerdo de los machaleños

Andrea Castro y Evelyn Cedeño

Las Victoria Ribera de Mora, machaleña de nacimiento y más conocida como “Doña Luchita” fue una mujer entregada al bien de la sociedad, aunque aún hoy por destacar las obras que dejó en beneficio de los machaleños y orureños, como docente, líder y poeta. Ahora gran reconocimiento que a lo largo de su vida hicieron llegar la luz que se le pagó en la medida de quienes la conocieron.

DOCENTE

Sus raíces en la docencia se vieron fortalecidas en el colegio Nueva de Octubre donde cursó sus años de secundaria y otros en el colegio de Machala. En 1935, con su espíritu inquieto el mismo año de su graduación ingresó al Magisterio Nacional, iniciando su carrera como docente en la primera escuela a la que asistió “Escuela Juvenil La Católica”, que años más tarde ejerció la docencia en la escuela para varones, Simón Bolívar.

Por motivos de la inversión peruana en 1942 se desplazó a la Escuela Femenil Marica en la ciudad de Guayaquil, cuando retornó a su ciudad encontró una Machala reorganizada desde las poblaciones hasta las personas en tierra exótica, junto con otros compañeros en el espíritu de la docencia como: James Valdivieso, Sabina Quirós, Miriam Cortés, Mercedes Cruz, junto con otros compañeros fueron formando lo que quedaba de las escuelas que fueron arruinadas en la guerra.

En 1945, trabajó en la escuela rural del área La Unión Colombiana, pero fue en la escuela Eloy Alfaro N. donde más años ejerció su profesión. “En ella se le debería recordar por el gran papel que jugó en la vida educativa de Machala y de la provincia, porque fue profesora del campo, luego fue presidenta de la Escuela Católica, luego fue profesora

del Colegio Nacional Nueva de Octubre, vicepresidenta del colegio Nacional Nueva de Octubre luego fue fundadora y directora del Colegio “Señoritas Machala” del cual fue fundadora y directora hasta julio de 1977, actualmente existe y lleva el nombre “Escuela de Machala”. “Doña Luchita” afirma que “fue una figura importante para Machala y la provincia al haber sido presidenta de la Unión Nacional de Educadoras y haber luchado por los derechos de los maestros, por lo tanto es una figura prominente en la vida educativa de la ciudad de Machala”.

LÍDER

Primera mujer en ocupar el título de alcaldesa (concejala) de Machala y el país en 1972, gestora en la creación de la Universidad Técnica de Machala, social conductora del Instituto Ecuatoriano de la Cultura de Machala, en 2003 fundó con otros machaleños la Casa de la Cultura Ecuatoriana Nació en El Oro, Defensora de los derechos de las mujeres, Concejala, entre otros cargos que ejerció en la vida pública de la ciudad, que además fue una mujer que entregó a la tierra que la vio nacer todo el amor que pudo tener en su constante lucha de honestidad. “Las Victoria Ribera de Mora entre en un período de máxima expresión del liberalismo en el Ecuador y yo había conseguido algunos derechos para las mujeres, el derecho al divorcio, matrimonio civil que eran habi-

importantes para nuestro país y para nosotros los mujeres”, comentó Cira Fernández, Duchosa en El Oro.

En 1979 fue vicepresidente del Congreso de Mujeres Ecuatorianas realizadas en la ciudad de Quito, como Delegada Provincial del Instituto Ecuatoriano de Coordinación Educativa (IECE) donde prestó sus servicios en 1980 hasta 1985, época en que también cumplió como miembro del Consejo Administrativo de Darro. La Tardes en 1982 expuso un discurso con gran sonoro patético en Guayaquil, donde se trataba sobre la nulidad del Proceso de Río de Janeiro, después de haber disertado en el mismo evento habiendo por personas conculcadas en el mismo como: Perleña García, Antonia Perea Valdivieso, Jorge Villacres Mosquera, Galo García Feraud, e inculcadas en sus mentes incorrectas en una conferencia donde habló y empujó las ideas de Juan Boscán, también en un momento al Dr. Golo Feraud por la inauguración del mismo matrimonio que lleva este nombre en la ciudad de Quito.

El año 1994, recibió la profesora al premio cultural distinción otorgada por la Casa de la Cultura Ecuatoriana (Benjamín García), recibió grandes reconocimientos, en los últimos años de vida la Universidad Tecnológica San Antonio de Machala en 2000 le hizo entrega de una distinción por los importantes aportaciones que hizo al país a lo largo de su trayectoria.

POETISA

La equitatividad de una ciudad se reflejó en sus obras, que además de haber servido a su tierra, dedicó la vida a su amor en escritura que acompañó los años de Machala, siendo profesor de uno de los más grandes escritores que vivió la tierra exótica, dedicó una colección de versos que aplica en su vida y gran sentimiento al decirlo la piel de quien la lleva la experiencia que le ha-

mal, así así mucho la razón del desmoronamiento de muchos espacios culturales que se reconocen en la localidad y parte de su vida buena”, comentó Wilson Escobar, promotor cultural de la UTMACHU. Así es como se proyecta un producto entre la poesía, utilizando sus raíces y de donde o cómo proviene, por esa razón es que los productos comunicacionales serán publicados para observar los efectos de identidad y valoración de la identidad cultural de Ribera de Mora, siendo un personaje de vital y muy representativa en la historia de la provincia de El Oro.

Elle, reclamando los derechos, basaba equidad y eso no convenía a la sociedad de ese entonces, las ideas de ella hacen que aunque así presente en algunos espacios importantes de la sociedad orureña, es importante que rescatemos la vida de sus raíces, porque a veces en el aislamiento hemos intentado que llegue futuro hombre para conseguir un espacio social”, comentó Cira Fernández, machaleña y doctora en filosofía.

El recuerdo de tener encuentros más íntimos que siempre se generó conciencia, a veces y compartió el destino a ser reconocida la memoria de una persona que por el cumplimiento y valentía en la participación de la

meramente pensados en la provincia de El Oro. Conoce más de su historia ingresando a la cuenta oficial Orureña en Facebook: <https://www.facebook.com/Orureña/>

Wilson Escobar, Promotor Cultural de la UTMACHU.

Luz Victoria Ribera de Mora, poeta y educadora. El centro de arte lleva su nombre.